

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

051 Економіка:

«Економіка»

«Економіка бізнесу»

«Управління персоналом та економіка праці»

«Економічна кібернетика»

Директор інституту

_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Економіка»	3
«Економіка бізнесу»	16
«Управління персоналом та економіка праці».....	29
«Економічна кібернетика».....	49

«Економіка»

АНОТАЦІЯ

Метою проведення вступного випробування за фахом при зарахуванні на навчання на 5 курс за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 051 «Економіка» та спеціалізацією 051.02 «Економіка бізнесу» на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» є з'ясування теоретичних знань та практичних навичок вступників щодо розв'язання конкретних економічних та виробничо-господарських завдань, які входять у коло питань економіста.

Вступне фахове випробування включає питання нормативних навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Економіка підприємства.
2. Стратегія підприємства.
3. Потенціал і розвиток підприємства.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – формування сукупності знань і навичок оволодіння науковим інструментарієм теорії та практики господарювання з використанням фундаментальних та спеціальних підходів та методів щодо підвищення ефективності управління підприємствами на основі аналізу, планування та контролю їх діяльності.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність основних понять економіки та методи їх застосування в різноманітних сферах діяльності підприємств; значення та шляхи підвищення ефективності функціонування підприємств та їх підрозділів; основи моделювання ефективності роботи підприємств у ринкових умовах;

вміти: поєднувати теоретичні знання і практичні навички по ефективному веденню виробництва; розраховувати основні економічні показники діяльності підприємств та аналізувати їх; знаходити шляхи використання резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Тема 1. Теорії підприємств і основи підприємництва

Поняття підприємства, місія, цілі і завдання його створення. Правове забезпечення підприємництва. Правові засади функціонування підприємств. Еволюція теорій економіки підприємства. Підприємництво як сучасна форма господарювання. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності. Типи професійної підприємницької діяльності та їх особливості. Виробнича та посередницька діяльність. Підприємницькі договори (контракти,

угоди): структура і порядок їх укладання. Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки. Формування підприємницького середовища. Активізація підприємницької діяльності в Україні.

Тема 2. Види підприємств, їх організаційно-правові форми

Класифікація підприємств. Організаційно-правові форми підприємств та їх характеристика. Об'єднання підприємств. Тенденції розвитку підприємств та їх об'єднань в сучасних умовах.

Тема 3. Зовнішнє середовище господарювання підприємств

Поняття, компоненти та моделі ринкового середовища функціонування підприємств та організацій. Характеристика складових макро- та мікросередовища підприємства. Технологія використання PEST-аналізу для оцінювання факторів макросередовища підприємства.

Тема 4. Структура та управління підприємством

Сутнісна характеристика структури підприємства. Виробнича структура підприємства та її види. Об'єктивна необхідність і поняття управління суб'єктами господарювання. Планування, організація, мотивація, контроль як основні функції управління підприємствами. Принципи та методи управління підприємством. Організаційна структура управління підприємством. Типи організаційних структур управління.

Тема 5. Ринок і продукція

Поняття маркетингу, його концепції та різновиди. Принципи, задачі та функції маркетингу. Фактори макро- і мікросередовища маркетингу. Загальна сутнісна характеристика продукції, її класифікація й вимірники обсягу. Алгоритм формування та управління товарним асортиментом. Поняття, роль і функції ціни в ринковій економіці. Види цін та сфери їх застосування. Загальні специфічні чинники ціноутворення. Основні методи встановлення ціни. Сутність та різновиди цінової політики підприємства. Технологія розроблення цінової стратегії підприємства.

Тема 6. Прогнозування та планування діяльності підприємства

Прогнозування як наукове обґрунтування можливого стану суб'єктів господарювання у майбутньому. Мета, ознаки, об'єкти й принципи прогнозування. Методологічні основи планування. Методи планування діяльності та розвитку підприємства. Сутність та основні етапи стратегічного планування на підприємстві. Бізнес-планування: сутність і призначення, стадії формування. Тактичне планування діяльності підприємства. Відмінність тактичного планування від стратегічного. Оперативне планування поточної діяльності: суть і завдання. Розробка оперативних планів та графіків виробництва. Виробнича програма підприємства та основні її завдання. Формування вартісних показників виробничої програми. Схема формування виробничої програми підприємства, її ресурсне обґрунтування.

Тема 7. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці

Поняття персоналу. Категорії персоналу підприємства. Поділ персоналу за професіями і кваліфікацією. Визначення чисельності окремих категорій працівників. Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці на підприємствах. Чинники зростання

продуктивності праці. Поняття оплати праці. Функції оплати праці та їх реалізація. Форми та системи оплати праці. Сучасна державна політика оплати праці. Механізм державного регулювання оплати праці та соціального захисту.

Тема 8. Капітал підприємства

Матеріальні активи як сукупність виробничих фондів підприємства. Класифікація основних фондів. Структура основних фондів та її види. Оцінювання вартості основних фондів. Фізичне (матеріальне) та економічне спрацювання основних фондів. Амортизація основних фондів та методи її нарахування. Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів підприємства. Сутнісна характеристика оборотних коштів як сукупності поточних витрат фінансових коштів. Елементний склад оборотних фондів підприємства. Нормовані й ненормовані оборотні кошти. Визначення сукупного нормативу оборотних коштів підприємства. Шляхи підвищення ефективності використання оборотних фондів підприємства. Змістова характеристика матеріально-технічного забезпечення діяльності підприємства. Форми і системи матеріально-технічного забезпечення. Розрахунок потреби в матеріалах. Запаси матеріалів та їх регулювання. Оптимізація партій поставки матеріалів.

Тема 9. Інвестиції підприємства

Сутність і характеристика інвестицій як найважливішого фінансового ресурсу суб'єктів господарювання. Класифікація інвестицій підприємства. Джерела формування реальних інвестицій. Технологічна й відтворювальна структура капітальних вкладень, тенденції її зміни у часі. Роль фінансових інвестицій у системі господарювання. Види цінних паперів, порядок їх випуску та обігу. Державне регулювання та масштаби обігу цінних паперів в Україні.

Тема 10. Інноваційна діяльність підприємства

Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів. Організаційні форми інноваційної діяльності. Інноваційна політика підприємства та принципи її формування. Стратегія інноваційного розвитку підприємства: суть і види.

Тема 11. Техніко-технологічна база та виробнича потужність підприємства

Поняття і значення техніко-технологічної бази виробництва. Основні показники рівня розвитку техніко-технологічної бази підприємства. Загальна характеристика, види та чинники формування (нарощування) виробничої потужності підприємства. Основні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства. Баланс виробничих потужностей. Форми розвитку і трансформації техніко-технологічної бази підприємства. Сутність та соціально-економічне значення застосування різних форм організації виробництва. Об'єктивна необхідність, сутність і тенденції розвитку диверсифікації виробництва.

Тема 12. Організація виробництва і забезпечення якості продукції

Види підприємницької діяльності: виробнича, комерційна і фінансова. Звичайна і надзвичайна діяльність підприємства. Операційна діяльність: поняття, сутність і цілі. Принципи організації операційної діяльності. Характеристика різних типів виробництва. Ресурси як вхідні фактори

операційної діяльності. Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники й методи оцінювання якості продукції (послуг). Поняття та визначення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств на ринку. Стандартизація та сертифікація продукції: складові елементи та принципи здійснення. Наявні в Україні стандарти та технічні умови, сфери їх застосування. Державний нагляд за дотриманням вимог стандартів. Сертифікація продукції, її економічне значення. Обов'язкова й добровільна сертифікація виробів. Міжнародні системи сертифікації. Національні системи якості.

Тема 13. Витрати виробництва та реалізації продукції підприємства

Поточні витрати, собівартість продукції як комплексний економічний показник. Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками. Структура поточних витрат за окремими групами первинних елементів на підприємствах різних галузей і тенденція її зміни з часом. Системи управління витратами. Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання та калькуляційні одиниці.

Тема 14. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства. Джерела фінансування діяльності. Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Сутність, функції та види прибутку. Джерела формування загальної величини прибутку (доходу) підприємства. Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства. Оцінка прибутковості, ліквідності, оборотності, стабільності та ділової активності. Загальні положення методології визначення ефективності виробничих і фінансових інвестицій. Сукупність чинників, що впливають на рівень ефективності інвестицій. Економічне обґрунтування інвестиційних проектів різних суб'єктів господарювання. Методика визначення ефективності технічних нововведень. Економічна суть і загальний методологічний підхід до вимірювання ефективності виробництва, господарської діяльності підприємства. Методика оцінювання ефективності діяльності підприємств.

Тема 15. Розвиток підприємств: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація

Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства. Зміст основних теорій розвитку підприємства. Методичний інструментарій аналізу процесів розвитку на підприємстві. Загальні моделі розвитку сучасних підприємств. Характеристика, принципи та методичні засади трансформації підприємств. Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми та види. Суть механізму санації та її цілі. Особливості державної підтримки проведення санації потенційно конкурентоспроможних підприємств.

Тема 16. Економічна безпека та антикризова діяльність

Технологічна характеристика економічної безпеки суб'єкта господарювання. Можливі загрози економічній безпеці суб'єкта господарювання. Основні ознаки достатнього рівня економічної безпеки

підприємства за умов ринкової системи господарювання. Обґрунтування стратегії створення належної економічної безпеки підприємства. Основні групи чинників, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємства. Антикризова діяльність і банкрутство підприємств. Причини й симптоми банкрутства. Класифікація чинників, що сприяють банкрутству.

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо використання методології та методичного інструментарію розробки стратегії підприємства в мінливих умовах ринкового середовища.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: теоретичні засади стратегічного аспекту діяльності підприємства; класифікацію видів стратегій підприємства; сутність та методику стратегічного аналізу та розробки стратегії підприємства; інструментарій формування стратегій підприємства і вибору стратегічних альтернатив.

вміти: самостійно розвинути навички стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни; застосувати методику стратегічного аналізу та розробки стратегії підприємства в практичній діяльності вітчизняних підприємств; обґрунтовувати стратегічні рішення і розв'язувати стратегічні завдання.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції

Сутність стратегії. Еволюція концепції стратегії підприємства. Характеристика розробок десяти шкіл стратегій. Види стратегій.

Тема 2. Місія та цілі підприємства

Місія підприємства. Цілі підприємства, їх класифікація та ранжирування.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства

Характерні особливості стратегічного контексту підприємства. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп.

Тема 4. Оцінювання середовища функціонування підприємства

Сутність та методи стратегічного аналізу. PEST-аналіз. Аналіз галузі. SWOT-аналіз.

Тема 5. Оцінка стратегічного потенціалу підприємства

Сутність та складові стратегічного потенціалу. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Ефект синергізму, його сутність і типи.

Тема 6. Конкурентні (бізнес) стратегії підприємства

Поняття про конкурентні стратегії підприємства та їх види. Конкурентні стратегії за М. Портером. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Види диверсифікації діяльності підприємства. Похідні стратегії диверсифікації підприємства.

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Зовнішній розвиток підприємства. Стратегія горизонтальної інтеграції. Стратегія вертикальної інтеграції. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства. Види корпоративної стратегії.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Матричні методи портфельного аналізу. Матриця Бостонської консультативної групи (матриця росту). Багатокритеріальні матриці портфельного аналізу.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі

Стратегічні альтернативи діяльності підприємства. Формування портфеля стратегічних альтернатив. Оцінювання і порівняння альтернативних варіантів стратегій.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії

Декомпонування загальних стратегій підприємства. Сучасні підходи до декомпонування стратегії підприємства.

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії

Сутність функціональної стратегії. Система забезпечуючих стратегій (ресурсні стратегії).

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства

Функції вищого керівництва підприємства при розробці стратегії. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки.

Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі. Перспективи використання стратегічного управління на підприємствах України.

2.3. ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – надання знань про закономірності, принципи й особливості забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати специфіку новітніх методів і засобів ефективного формування потенціалу підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності у сучасних умовах господарювання;

вміти використовувати набуті знання у процесі своєї майбутньої виробничої діяльності та мати практичні навички щодо оціночної діяльності як необхідної складової раціонального управління розвитком потенціалу підприємства.

Тема 1. Сутність і структура потенціалу підприємства

Потенціал підприємства як економічна категорія. Класифікація видових проявів потенціалу підприємства, його характерні риси. Структура потенціалу

підприємства.

Тема 2. Формування потенціалу підприємства

Потенціал підприємства як економічна система. Загальні підходи щодо формування потенціалу підприємства.

Тема 3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства

Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Тема 4. Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства

Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки. Поняття вартості та її модифікації. Принципи оцінки потенціалу підприємства.

Тема 5. Методичний інструментарій оцінки потенціалу підприємства

Загальна характеристика методичного інструментарію оцінки вартості потенціалу підприємства. Основні методичні підходи до оцінки вартості потенціалу підприємства. Аналіз факторів зовнішнього макро- та мікросередовища підприємства.

Тема 6. Оцінка вартості об'єктів нерухомості

Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки. Порядок організації грошової оцінки землі по Україні. Оцінка вартості землі. Оцінка вартості будівель і споруд.

Тема 7. Аналіз використання й оцінка вартості машин та устаткування підприємства

Класифікація об'єктів оцінки. Методичні підходи до оцінки машин та обладнання.

Тема 8. Нематеріальні активи підприємства та методи їхньої оцінки

Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів. Оцінка ринкової вартості нематеріальних активів.

Тема 9. Трудовий потенціал підприємства та його оцінка

Сутність та аналітична характеристика кадрового потенціалу підприємства. Динаміка чисельності та складу персоналу. Рівень професійної підготовки кадрів. Ефективність використання кадрового потенціалу.

Тема 10. Оцінка фінансів підприємства та вартості бізнесу

Необхідність, особливості та методичні підходи до оцінки вартості бізнесу. Методи доходного підходу до оцінки вартості бізнесу. Технологія застосування порівняльного підходу до оцінки вартості підприємства.

Тема 11. Прикладні аспекти оцінки потенціалу підприємства

Особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей. Спеціальні випадки застосування оцінки потенціалу підприємства.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Економіка підприємства

1. Підприємництво як сучасна форма господарювання. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності.

2. Поняття підприємства, цілі і завдання його створення.
3. Класифікація підприємств. Організаційно-правові форми підприємств та їх характеристика.
4. Поняття, компоненти та моделі ринкового середовища функціонування підприємств.
5. Організаційна структура управління підприємством. Типи організаційних структур управління.
6. Планування, організація, мотивація, контроль як основні функції управління підприємствами.
7. Принципи та методи управління підприємством.
8. Виробнича і загальна структури підприємства.
9. Поняття маркетингу, його концепції та різновиди. Принципи, задачі та функції маркетингу.
10. Алгоритм формування та управління товарним асортиментом.
11. Види цін. Основні методи встановлення ціни.
12. Сутність та різновиди цінової політики підприємства.
13. Мета, принципи та методи прогнозування.
14. Види, принципи та методи планування.
15. Сутність та основні етапи стратегічного планування.
16. Бізнес-планування: сутність, призначення, стадії формування.
17. Тактичне та оперативне планування.
18. Виробнича програма підприємства та основні її завдання.
19. Поняття, класифікація та структура персоналу.
20. Поняття та функції оплати праці.
21. Форми та системи оплати праці.
22. Поняття продуктивності праці та чинники її зростання.
23. Поняття, класифікація і структура основних фондів.
24. Первісна, відновна й залишкова вартість основних фондів.
25. Спрацювання (зношування) основних фондів. Види зношування.
26. Амортизація основних фондів. Норми амортизаційних відрахувань.
27. Виробнича потужність підприємства.
28. Поняття оборотних фондів та їх елементний склад.
29. Ефективність використання оборотних коштів.
30. Сутність і класифікація інвестицій.
31. Структура капітальних вкладень.
32. Характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів.
33. Організаційні форми інноваційної діяльності.
34. Стратегія інноваційного розвитку підприємства.
35. Загальна характеристика, види та чинники формування (нарощування) виробничої потужності підприємства.
36. Основні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства.
37. Якість продукції. Показники й методи оцінювання якості продукції.
38. Поняття та визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємств на ринку.

39. Стандартизація та сертифікація продукції: складові елементи та принципи здійснення.

40. Собівартість продукції: поняття, види, характеристики. Управління витратами.

41. Зміст та методика обчислення кошторису виробництва.

42. Об'єкти калькулювання та калькуляційні одиниці. Розрахунок основних статей калькуляції.

43. Дохід та прибуток: їх сутність та різниця.

44. Загальна характеристика рентабельності та її розрахунок.

45. Методика оцінки та показники ефективності діяльності підприємства.

46. Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства.

47. Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми та види.

48. Санація підприємств. Суть механізму санації та її цілі.

49. Антикризова діяльність і банкрутство підприємств. Причини й симптоми банкрутства.

50. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства.

Стратегія підприємства

1. Сутність стратегії. Еволюція концепції стратегії підприємства.

2. Характеристика розробок десяти шкіл стратегій.

3. Види стратегій.

4. Місія підприємства. Цілі підприємства, їх класифікація та ранжирування.

5. Характерні особливості стратегічного контексту підприємства.

6. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень.

7. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп.

8. Сутність та методи стратегічного аналізу: PEST-аналіз, аналіз галузі, SWOT-аналіз.

9. Сутність та складові стратегічного потенціалу.

10. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства.

11. Ефект синергізму, його сутність і типи.

12. Поняття про конкурентні стратегії підприємства та їх види.

13. Конкурентні стратегії за М. Портером.

14. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.

15. Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

16. Види диверсифікації діяльності підприємства.

17. Похідні стратегії диверсифікації підприємства.

18. Зовнішній розвиток підприємства. Стратегії інтеграції.

19. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

20. Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства.

21. Види корпоративної стратегії.

22. Матричні методи портфельного аналізу.

23. Матриця Бостонської консультативної групи (матриця росту).

24. Багатокритеріальні матриці портфельного аналізу.

25. Стратегічні альтернативи діяльності підприємства.

26. Формування портфеля стратегічних альтернатив.
27. Оцінювання і порівняння альтернативних варіантів стратегій.
28. Декомпонування загальних стратегій підприємства.
29. Сучасні підходи до декомпонування стратегії підприємства.
30. Сутність функціональної стратегії.
31. Система забезпечуючих стратегій (ресурсні стратегії).
32. Функції вищого керівництва підприємства при розробці стратегії.
33. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки.
34. Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі.
35. Перспективи використання стратегічного управління на підприємствах України.

Потенціал і розвиток підприємства

1. Сутність потенціалу підприємства як економічної категорії.
2. Структура потенціалу підприємства.
3. Загальні підходи щодо формування потенціалу підприємства.
4. Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
5. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
6. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
7. Принципи оцінки потенціалу підприємства.
8. Процес оцінки потенціалу підприємства.
9. Методичний інструментарій оцінки вартості потенціалу підприємства.
10. Аналіз факторів зовнішнього макро- та мікросередовища підприємства.
11. Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки.
12. Оцінка вартості землі.
13. Оцінка вартості будівель і споруд.
14. Методичні підходи до оцінки машин та обладнання.
15. Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства.
16. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів.
17. Оцінка ринкової вартості нематеріальних активів.
18. Сутність та аналітична характеристика кадрового потенціалу підприємства.
19. Ефективність використання кадрового потенціалу.
20. Необхідність, особливості та методичні підходи до оцінки вартості бізнесу.
21. Методи доходного підходу до оцінки вартості бізнесу.
22. Технологія застосування порівняльного підходу до оцінки вартості підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Економіка підприємства

- 1 Березін О.В., Березіна Л.М., Бутенко Н.В. Економіка підприємства:

Навч. посібник. – К.: Знання, 2009. – 390 с.

2 Бондар Н.М. Економіка підприємства. – К.: АСН, 2004. – 400 с.

3 Економіка підприємства / За заг. ред. д.е.н., проф. Петровича Й.М. – Львів: Новий Світ, 2004. – 680 с.

4 Економіка підприємства: Підручник / За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2006. – 614 с.

5 Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 608 с.

6 Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005.– 400 с.

7 Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Знання, 2006. – 580 с.

8 Примак Т.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. – К.: Вікар, 2003. – 220 с.

9 Сударкіна С.П. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. економ. та техн. ф-тів денної і заочної форм навч./ С.П. Сударкіна. – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. – 292 с.

10 Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.

Стратегія підприємства

1. Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. Посіб. /М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с.

2. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навч. посіб. /В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.

3. Герасимчук В.Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність / Герасимчук В.Г. – К.: Вища школа, 2006. – 265 с.

4. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /П.Г. Клівець. – К.: «Академвидав», 2007. – 320 с.

5. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Навч. посібник /О.І. Ковтун. – Л.: «Новий світ», 2006. – 388 с.

6. Минчинська І.В. Стратегія підприємства: курс лекцій / І.В. Минчинська. – Ірпінь: 2006. – 314 с.

7. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку /А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.

8. Савченко В.Д. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /В.Д. Савченко, М.І. Байдик, Р.М. Шелудько. – Х.: ХНАУ ім. В.В.Докучаєва, 2004. – 206с.

9. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник /М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.

10. Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посіб. /О.М. Сумець, М.Б. Тумар. – К.: «Хай-Тек Прес», 2008. – 399 с.

Потенціал і розвиток підприємства

1. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури. 2004.– 224 с.
2. Гавва В.Н. Стратегия предприятия: анализ, разработка и реализация: Учеб. пособие – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т „Харьк. авиац. ин-т”, 2003.– 96 с.
3. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. Посібник. – К: КНЕУ, 2000. – 360 с.
4. Должанський І.З., Загорна Т.О., Удалих О.О., Герасименко І.М., Ращупкіна В.М. Управління потенціалом підприємства. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.–362 с.
5. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352с.
6. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.
7. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятиях. Уч.-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 392 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінці знань вступника за основу слід брати повноту і правильність отриманих відповідей і виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня зважена за оцінками відповідей на всі питання.

Рейтинг ова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначен ня	Національ на оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання містять певні неточності

75–81	C	Добре	– міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі	– невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі	– невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі	– незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«ЕКОНОМІКА БІЗНЕСУ»

Анотація

Метою проведення вступного випробування за фахом при зарахуванні на навчання на 5 курс за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 051 «Економіка» та спеціалізацією 051.02 «Економіка бізнесу» на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» є з'ясування теоретичних знань та практичних навичок вступників щодо розв'язання конкретних економічних та виробничо-господарських завдань, які входять у коло питань економіста.

Вступне фахове випробування включає питання нормативних навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Економіка підприємства.
2. Стратегія підприємства.
3. Потенціал і розвиток підприємства.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – формування сукупності знань і навичок оволодіння науковим інструментарієм теорії та практики господарювання з використанням фундаментальних та спеціальних підходів та методів щодо підвищення ефективності управління підприємствами на основі аналізу, планування та контролю їх діяльності.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність основних понять економіки та методи їх застосування в різноманітних сферах діяльності підприємств; значення та шляхи підвищення ефективності функціонування підприємств та їх підрозділів; основи моделювання ефективності роботи підприємств у ринкових умовах;

вміти: поєднувати теоретичні знання і практичні навички по ефективному веденню виробництва; розраховувати основні економічні показники діяльності підприємств та аналізувати їх; знаходити шляхи використання резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Тема 1. Теорії підприємств і основи підприємництва

Поняття підприємства, місія, цілі і завдання його створення. Правове забезпечення підприємництва. Правові засади функціонування підприємств. Еволюція теорій економіки підприємства. Підприємництво як сучасна форма господарювання. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності. Типи професійної підприємницької діяльності та їх особливості. Виробнича та посередницька діяльність. Підприємницькі договори (контракти,

угоди): структура і порядок їх укладання. Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки. Формування підприємницького середовища. Активізація підприємницької діяльності в Україні.

Тема 2. Види підприємств, їх організаційно-правові форми

Класифікація підприємств. Організаційно-правові форми підприємств та їх характеристика. Об'єднання підприємств. Тенденції розвитку підприємств та їх об'єднань в сучасних умовах.

Тема 3. Зовнішнє середовище господарювання підприємств

Поняття, компоненти та моделі ринкового середовища функціонування підприємств та організацій. Характеристика складових макро- та мікросередовища підприємства. Технологія використання PEST-аналізу для оцінювання факторів макросередовища підприємства.

Тема 4. Структура та управління підприємством

Сутнісна характеристика структури підприємства. Виробнича структура підприємства та її види. Об'єктивна необхідність і поняття управління суб'єктами господарювання. Планування, організація, мотивація, контроль як основні функції управління підприємствами. Принципи та методи управління підприємством. Організаційна структура управління підприємством. Типи організаційних структур управління.

Тема 5. Ринок і продукція

Поняття маркетингу, його концепції та різновиди. Принципи, задачі та функції маркетингу. Фактори макро- і мікросередовища маркетингу. Загальна сутнісна характеристика продукції, її класифікація й вимірники обсягу. Алгоритм формування та управління товарним асортиментом. Поняття, роль і функції ціни в ринковій економіці. Види цін та сфери їх застосування. Загальні специфічні чинники ціноутворення. Основні методи встановлення ціни. Сутність та різновиди цінової політики підприємства. Технологія розроблення цінової стратегії підприємства.

Тема 6. Прогнозування та планування діяльності підприємства

Прогнозування як наукове обґрунтування можливого стану суб'єктів господарювання у майбутньому. Мета, ознаки, об'єкти й принципи прогнозування. Методологічні основи планування. Методи планування діяльності та розвитку підприємства. Сутність та основні етапи стратегічного планування на підприємстві. Бізнес-планування: сутність і призначення, стадії формування. Тактичне планування діяльності підприємства. Відмінність тактичного планування від стратегічного. Оперативне планування поточної діяльності: суть і завдання. Розробка оперативних планів та графіків виробництва. Виробнича програма підприємства та основні її завдання. Формування вартісних показників виробничої програми. Схема формування виробничої програми підприємства, її ресурсне обґрунтування.

Тема 7. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці

Поняття персоналу. Категорії персоналу підприємства. Поділ персоналу за професіями і кваліфікацією. Визначення чисельності окремих категорій працівників. Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці на підприємствах. Чинники зростання

продуктивності праці. Поняття оплати праці. Функції оплати праці та їх реалізація. Форми та системи оплати праці. Сучасна державна політика оплати праці. Механізм державного регулювання оплати праці та соціального захисту.

Тема 8. Капітал підприємства

Матеріальні активи як сукупність виробничих фондів підприємства. Класифікація основних фондів. Структура основних фондів та її види. Оцінювання вартості основних фондів. Фізичне (матеріальне) та економічне спрацювання основних фондів. Амортизація основних фондів та методи її нарахування. Шляхи підвищення ефективності використання основних фондів підприємства. Сутнісна характеристика оборотних коштів як сукупності поточних витрат фінансових коштів. Елементний склад оборотних фондів підприємства. Нормовані й ненормовані оборотні кошти. Визначення сукупного нормативу оборотних коштів підприємства. Шляхи підвищення ефективності використання оборотних фондів підприємства. Змістова характеристика матеріально-технічного забезпечення діяльності підприємства. Форми і системи матеріально-технічного забезпечення. Розрахунок потреби в матеріалах. Запаси матеріалів та їх регулювання. Оптимізація партій поставки матеріалів.

Тема 9. Інвестиції підприємства

Сутність і характеристика інвестицій як найважливішого фінансового ресурсу суб'єктів господарювання. Класифікація інвестицій підприємства. Джерела формування реальних інвестицій. Технологічна й відтворювальна структура капітальних вкладень, тенденції її зміни у часі. Роль фінансових інвестицій у системі господарювання. Види цінних паперів, порядок їх випуску та обігу. Державне регулювання та масштаби обігу цінних паперів в Україні.

Тема 10. Інноваційна діяльність підприємства

Загальна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів. Організаційні форми інноваційної діяльності. Інноваційна політика підприємства та принципи її формування. Стратегія інноваційного розвитку підприємства: суть і види.

Тема 11. Техніко-технологічна база та виробнича потужність підприємства

Поняття і значення техніко-технологічної бази виробництва. Основні показники рівня розвитку техніко-технологічної бази підприємства. Загальна характеристика, види та чинники формування (нарощування) виробничої потужності підприємства. Основні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства. Баланс виробничих потужностей. Форми розвитку і трансформації техніко-технологічної бази підприємства. Сутність та соціально-економічне значення застосування різних форм організації виробництва. Об'єктивна необхідність, сутність і тенденції розвитку диверсифікації виробництва.

Тема 12. Організація виробництва і забезпечення якості продукції

Види підприємницької діяльності: виробнича, комерційна і фінансова. Звичайна і надзвичайна діяльність підприємства. Операційна діяльність: поняття, сутність і цілі. Принципи організації операційної діяльності. Характеристика різних типів виробництва. Ресурси як вхідні фактори

операційної діяльності. Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники й методи оцінювання якості продукції (послуг). Поняття та визначення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств на ринку. Стандартизація та сертифікація продукції: складові елементи та принципи здійснення. Наявні в Україні стандарти та технічні умови, сфери їх застосування. Державний нагляд за дотриманням вимог стандартів. Сертифікація продукції, її економічне значення. Обов'язкова й добровільна сертифікація виробів. Міжнародні системи сертифікації. Національні системи якості.

Тема 13. Витрати виробництва та реалізації продукції підприємства

Поточні витрати, собівартість продукції як комплексний економічний показник. Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками. Структура поточних витрат за окремими групами первинних елементів на підприємствах різних галузей і тенденція її зміни з часом. Системи управління витратами. Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання та калькуляційні одиниці.

Тема 14. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

Загальна характеристика фінансової діяльності підприємства. Джерела фінансування діяльності. Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Сутність, функції та види прибутку. Джерела формування загальної величини прибутку (доходу) підприємства. Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства. Оцінка прибутковості, ліквідності, оборотності, стабільності та ділової активності. Загальні положення методології визначення ефективності виробничих і фінансових інвестицій. Сукупність чинників, що впливають на рівень ефективності інвестицій. Економічне обґрунтування інвестиційних проектів різних суб'єктів господарювання. Методика визначення ефективності технічних нововведень. Економічна суть і загальний методологічний підхід до вимірювання ефективності виробництва, господарської діяльності підприємства. Методика оцінювання ефективності діяльності підприємств.

Тема 15. Розвиток підприємств: сучасні моделі, трансформація та реструктуризація

Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства. Зміст основних теорій розвитку підприємства. Методичний інструментарій аналізу процесів розвитку на підприємстві. Загальні моделі розвитку сучасних підприємств. Характеристика, принципи та методичні засади трансформації підприємств. Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми та види. Суть механізму санації та її цілі. Особливості державної підтримки проведення санації потенційно конкурентоспроможних підприємств.

Тема 16. Економічна безпека та антикризова діяльність

Технологічна характеристика економічної безпеки суб'єкта господарювання. Можливі загрози економічній безпеці суб'єкта господарювання. Основні ознаки достатнього рівня економічної безпеки

підприємства за умов ринкової системи господарювання. Обґрунтування стратегії створення належної економічної безпеки підприємства. Основні групи чинників, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємства. Антикризова діяльність і банкрутство підприємств. Причини й симптоми банкрутства. Класифікація чинників, що сприяють банкрутству.

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок щодо використання методології та методичного інструментарію розробки стратегії підприємства в мінливих умовах ринкового середовища.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: теоретичні засади стратегічного аспекту діяльності підприємства; класифікацію видів стратегій підприємства; сутність та методику стратегічного аналізу та розробки стратегії підприємства; інструментарій формування стратегій підприємства і вибору стратегічних альтернатив.

вміти: самостійно розвинути навички стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни; застосувати методику стратегічного аналізу та розробки стратегії підприємства в практичній діяльності вітчизняних підприємств; обґрунтовувати стратегічні рішення і розв'язувати стратегічні завдання.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції

Сутність стратегії. Еволюція концепції стратегії підприємства. Характеристика розробок десяти шкіл стратегій. Види стратегій.

Тема 2. Місія та цілі підприємства

Місія підприємства. Цілі підприємства, їх класифікація та ранжирування.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства

Характерні особливості стратегічного контексту підприємства. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп.

Тема 4. Оцінювання середовища функціонування підприємства

Сутність та методи стратегічного аналізу. PEST-аналіз. Аналіз галузі. SWOT-аналіз.

Тема 5. Оцінка стратегічного потенціалу підприємства

Сутність та складові стратегічного потенціалу. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Ефект синергізму, його сутність і типи.

Тема 6. Конкурентні (бізнес) стратегії підприємства

Поняття про конкурентні стратегії підприємства та їх види. Конкурентні стратегії за М. Портером. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Види диверсифікації діяльності підприємства. Похідні стратегії диверсифікації підприємства.

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Зовнішній розвиток підприємства. Стратегія горизонтальної інтеграції. Стратегія вертикальної інтеграції. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства. Види корпоративної стратегії.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Матричні методи портфельного аналізу. Матриця Бостонської консультативної групи (матриця росту). Багатокритеріальні матриці портфельного аналізу.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі

Стратегічні альтернативи діяльності підприємства. Формування портфеля стратегічних альтернатив. Оцінювання і порівняння альтернативних варіантів стратегій.

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії

Декомпонування загальних стратегій підприємства. Сучасні підходи до декомпонування стратегії підприємства.

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії

Сутність функціональної стратегії. Система забезпечуючих стратегій (ресурсні стратегії).

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства

Функції вищого керівництва підприємства при розробці стратегії. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки.

Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі. Перспективи використання стратегічного управління на підприємствах України.

2.3. ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА

Мета дисципліни – надання знань про закономірності, принципи й особливості забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати специфіку новітніх методів і засобів ефективного формування потенціалу підприємства, забезпечення його конкурентоспроможності у сучасних умовах господарювання;

вміти використовувати набуті знання у процесі своєї майбутньої виробничої діяльності та мати практичні навички щодо оціночної діяльності як необхідної складової раціонального управління розвитком потенціалу підприємства.

Тема 1. Сутність і структура потенціалу підприємства

Потенціал підприємства як економічна категорія. Класифікація видових проявів потенціалу підприємства, його характерні риси. Структура потенціалу

підприємства.

Тема 2. Формування потенціалу підприємства

Потенціал підприємства як економічна система. Загальні підходи щодо формування потенціалу підприємства.

Тема 3. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства

Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Тема 4. Теоретичні основи оцінки потенціалу підприємства

Особливості потенціалу підприємства як об'єкта оцінки. Поняття вартості та її модифікації. Принципи оцінки потенціалу підприємства.

Тема 5. Методичний інструментарій оцінки потенціалу підприємства

Загальна характеристика методичного інструментарію оцінки вартості потенціалу підприємства. Основні методичні підходи до оцінки вартості потенціалу підприємства. Аналіз факторів зовнішнього макро- та мікросередовища підприємства.

Тема 6. Оцінка вартості об'єктів нерухомості

Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки. Порядок організації грошової оцінки землі по Україні. Оцінка вартості землі. Оцінка вартості будівель і споруд.

Тема 7. Аналіз використання й оцінка вартості машин та устаткування підприємства

Класифікація об'єктів оцінки. Методичні підходи до оцінки машин та обладнання.

Тема 8. Нематеріальні активи підприємства та методи їхньої оцінки

Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів. Оцінка ринкової вартості нематеріальних активів.

Тема 9. Трудовий потенціал підприємства та його оцінка

Сутність та аналітична характеристика кадрового потенціалу підприємства. Динаміка чисельності та складу персоналу. Рівень професійної підготовки кадрів. Ефективність використання кадрового потенціалу.

Тема 10. Оцінка фінансів підприємства та вартості бізнесу

Необхідність, особливості та методичні підходи до оцінки вартості бізнесу. Методи доходного підходу до оцінки вартості бізнесу. Технологія застосування порівняльного підходу до оцінки вартості підприємства.

Тема 11. Прикладні аспекти оцінки потенціалу підприємства

Особливості оцінки потенціалу підприємства для моніторингу поточних можливостей. Спеціальні випадки застосування оцінки потенціалу підприємства.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Економіка підприємства

51. Підприємництво як сучасна форма господарювання. Принципи здійснення, форми і моделі підприємницької діяльності.

52. Поняття підприємства, цілі і завдання його створення.
53. Класифікація підприємств. Організаційно-правові форми підприємств та їх характеристика.
54. Поняття, компоненти та моделі ринкового середовища функціонування підприємств.
55. Організаційна структура управління підприємством. Типи організаційних структур управління.
56. Планування, організація, мотивація, контроль як основні функції управління підприємствами.
57. Принципи та методи управління підприємством.
58. Виробнича і загальна структури підприємства.
59. Поняття маркетингу, його концепції та різновиди. Принципи, задачі та функції маркетингу.
60. Алгоритм формування та управління товарним асортиментом.
61. Види цін. Основні методи встановлення ціни.
62. Сутність та різновиди цінової політики підприємства.
63. Мета, принципи та методи прогнозування.
64. Види, принципи та методи планування.
65. Сутність та основні етапи стратегічного планування.
66. Бізнес-планування: сутність, призначення, стадії формування.
67. Тактичне та оперативне планування.
68. Виробнича програма підприємства та основні її завдання.
69. Поняття, класифікація та структура персоналу.
70. Поняття та функції оплати праці.
71. Форми та системи оплати праці.
72. Поняття продуктивності праці та чинники її зростання.
73. Поняття, класифікація і структура основних фондів.
74. Первісна, відновна й залишкова вартість основних фондів.
75. Спрацювання (зношування) основних фондів. Види зношування.
76. Амортизація основних фондів. Норми амортизаційних відрахувань.
77. Виробнича потужність підприємства.
78. Поняття оборотних фондів та їх елементний склад.
79. Ефективність використання оборотних коштів.
80. Сутність і класифікація інвестицій.
81. Структура капітальних вкладень.
82. Характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів.
83. Організаційні форми інноваційної діяльності.
84. Стратегія інноваційного розвитку підприємства.
85. Загальна характеристика, види та чинники формування (нарощування) виробничої потужності підприємства.
86. Основні методичні принципи розрахунку виробничої потужності підприємства.
87. Якість продукції. Показники й методи оцінювання якості продукції.
88. Поняття та визначення рівня конкурентоспроможності продукції підприємств на ринку.

89. Стандартизація та сертифікація продукції: складові елементи та принципи здійснення.

90. Собівартість продукції: поняття, види, характеристики. Управління витратами.

91. Зміст та методика обчислення кошторису виробництва.

92. Об'єкти калькулювання та калькуляційні одиниці. Розрахунок основних статей калькуляції.

93. Дохід та прибуток: їх сутність та різниця.

94. Загальна характеристика рентабельності та її розрахунок.

95. Методика оцінки та показники ефективності діяльності підприємства.

96. Сутнісна характеристика, роль і значення розвитку підприємства.

97. Реструктуризація бізнесу: особливості, основні форми та види.

98. Санація підприємств. Суть механізму санації та її цілі.

99. Антикризова діяльність і банкрутство підприємств. Причини й симптоми банкрутства.

100. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства.

Стратегія підприємства

36. Сутність стратегії. Еволюція концепції стратегії підприємства.

37. Характеристика розробок десяти шкіл стратегій.

38. Види стратегій.

39. Місія підприємства. Цілі підприємства, їх класифікація та ранжирування.

40. Характерні особливості стратегічного контексту підприємства.

41. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень.

42. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп.

43. Сутність та методи стратегічного аналізу: PEST-аналіз, аналіз галузі, SWOT-аналіз.

44. Сутність та складові стратегічного потенціалу.

45. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства.

46. Ефект синергізму, його сутність і типи.

47. Поняття про конкурентні стратегії підприємства та їх види.

48. Конкурентні стратегії за М. Портером.

49. Конкурентні стратегії за Ф. Котлером.

50. Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

51. Види диверсифікації діяльності підприємства.

52. Похідні стратегії диверсифікації підприємства.

53. Зовнішній розвиток підприємства. Стратегії інтеграції.

54. Порядок формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

55. Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства.

56. Види корпоративної стратегії.

57. Матричні методи портфельного аналізу.

58. Матриця Бостонської консультативної групи (матриця росту).

59. Багатокритеріальні матриці портфельного аналізу.

60. Стратегічні альтернативи діяльності підприємства.

61. Формування портфеля стратегічних альтернатив.
62. Оцінювання і порівняння альтернативних варіантів стратегій.
63. Декомпонування загальних стратегій підприємства.
64. Сучасні підходи до декомпонування стратегії підприємства.
65. Сутність функціональної стратегії.
66. Система забезпечуючих стратегій (ресурсні стратегії).
67. Функції вищого керівництва підприємства при розробці стратегії.
68. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки.
69. Особливості стратегічного підходу в управлінні українськими підприємствами на сучасному етапі.
70. Перспективи використання стратегічного управління на підприємствах України.

Потенціал і розвиток підприємства

23. Сутність потенціалу підприємства як економічної категорії.
24. Структура потенціалу підприємства.
25. Загальні підходи щодо формування потенціалу підприємства.
26. Сутність та рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
27. Методи оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
28. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності потенціалу підприємства.
29. Принципи оцінки потенціалу підприємства.
30. Процес оцінки потенціалу підприємства.
31. Методичний інструментарій оцінки вартості потенціалу підприємства.
32. Аналіз факторів зовнішнього макро- та мікросередовища підприємства.
33. Особливості нерухомого майна як об'єкта оцінки.
34. Оцінка вартості землі.
35. Оцінка вартості будівель і споруд.
36. Методичні підходи до оцінки машин та обладнання.
37. Сутність і класифікація нематеріальних активів підприємства.
38. Особливості оцінки вартості нематеріальних активів.
39. Оцінка ринкової вартості нематеріальних активів.
40. Сутність та аналітична характеристика кадрового потенціалу підприємства.
41. Ефективність використання кадрового потенціалу.
42. Необхідність, особливості та методичні підходи до оцінки вартості бізнесу.
43. Методи доходного підходу до оцінки вартості бізнесу.
44. Технологія застосування порівняльного підходу до оцінки вартості підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Економіка підприємства

11 Березін О.В., Березіна Л.М., Бутенко Н.В. Економіка підприємства:

Навч. посібник. – К.: Знання, 2009. – 390 с.

12 Бондар Н.М. Економіка підприємства. – К.: АСН, 2004. – 400 с.

13 Економіка підприємства / За заг. ред. д.е.н., проф. Петровича Й.М. – Львів: Новий Світ, 2004. – 680 с.

14 Економіка підприємства: Підручник / За ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2006. – 614 с.

15 Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2003. – 608 с.

16 Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 400 с.

17 Манів З.О., Луцький І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Знання, 2006. – 580 с.

18 Примак Т.О. Економіка підприємства: Навч. посіб. – К.: Вікар, 2003. – 220 с.

19 Сударкіна С.П. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. економ. та техн. ф-тів денної і заочної форм навч./ С.П. Сударкіна. – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. – 292 с.

20 Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навч. посібник. 2-ге вид. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.

Стратегія підприємства

11.Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. Посіб. /М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с.

12.Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навч. посіб. /В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.

13.Герасимчук В.Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність / Герасимчук В.Г. – К.: Вища школа, 2006. – 265 с.

14.Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /П.Г. Клівець. – К.: «Академвидав», 2007. – 320 с.

15.Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Навч. посібник /О.І. Ковтун. – Л.: «Новий світ», 2006. – 388 с.

16.Минчинська І.В. Стратегія підприємства: курс лекцій / І.В. Минчинська. – Ірпінь: 2006. – 314 с.

17.Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку /А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 228 с.

18.Савченко В.Д. Стратегія підприємства: Навч. посіб. /В.Д. Савченко, М.І. Байдик, Р.М. Шелудько. – Х.: ХНАУ ім. В.В.Докучаєва, 2004. – 206с.

19.Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Підручник /М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.

20.Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посіб. /О.М. Сумець, М.Б. Тумар. – К.: «Хай-Тек Прес», 2008. – 399 с.

Потенціал і розвиток підприємства

8. Гавва В.Н., Божко Е.А. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури. 2004.– 224 с.

9. Гавва В.Н. Стратегия предприятия: анализ, разработка и реализация: Учеб. пособие – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т „Харьк. авиац. ин-т”, 2003.– 96 с.

10. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. Посібник. – К: КНЕУ, 2000. – 360 с.

11. Должанський І.З., Загорна Т.О., Удалих О.О., Герасименко І.М., Ращупкіна В.М. Управління потенціалом підприємства. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.–362 с.

12. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 352с.

13. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.

14. Новицкий Н.И. Организация производства на предприятиях. Уч.-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 392 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінці знань вступника за основу слід брати повноту і правильність отриманих відповідей і виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня зважена за оцінками відповідей на всі питання.

Рейтинг ова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначен ня	Національ на оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання містять певні неточності

75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЕКОНОМІКА ПРАЦІ»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 051 «Економіка», освітня програма «Економіка», конкурсна пропозиція «Управління персоналом та економіка праці».

Вступне фахове випробування – це перевірка рівня знань, умінь та навичок особи з конкурсних предметів, з навчальних дисциплін за програмою вищого навчального закладу, рівня здібностей до певного виду діяльності, що проводиться з метою оцінювання зазначеного рівня для конкурсного відбору до вищого навчального закладу у формі іспиту. Вимоги до вступних випробувань базуються на нормативних формах державної атестації осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах.

Метою вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст».

Фахове випробування передбачає висвітлення знань з циклу фундаментальних та загальноекономічних дисциплін, що дозволяє оцінити гуманітарний світогляд вступника, а також визначити рівень інтелектуального потенціалу абітурієнта.

Абітурієнти повинні вміти:

- продемонструвати знання та уміння на рівні, що забезпечують можливість аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, генерувати оригінальні ідеї у відповідній галузі знань;
- застосовувати свої знання і володіти компетенціями, які дозволяють вирішувати завдання у новому, широкому (міждисциплінарному) контексті у відповідній галузі знань;
- інтегрувати знання, вирішувати складні завдання в умовах неповної інформації з урахуванням соціальної та етичної відповідальності за прийняті рішення;
- володіти методами проведення економічного аналізу і можуть давати науково обґрунтовану інтерпретацію отриманим результатам;
- чітко, аргументовано доводити до аудиторії фахівців наукову інформацію та свої висновки;
- володіти методологічними знаннями, уміти аналізувати, оцінювати і

порівнювати альтернативи, що стосуються проблеми, уміти генерувати та оптимізувати нові рішення;

- оцінювати вплив рішень, що приймаються, на навколишнє середовище і соціум, мати професійну й етичну відповідальність за сталий розвиток суспільства;

- мати здатності роботи в міждисциплінарних командах, уміння адаптуватися до змін, сприяти соціальній згуртованості;

- мати здатності взаємодії і посередництва, розвинену міжкультурну толерантність і досвід міжкультурної взаємодії;

- мати відповідний рівень усної та письмової грамотності рідною, і принаймні, однією іноземною мовою, уміти ефективно спілкуватися з колегами, представляти результати своєї роботи у вигляді звітів, статей, рефератів, використовуючи сучасні засоби презентації;

- мати підприємницький спосіб мислення і діяльності;

- володіти цінностями, необхідними для того, щоб жити в умовах демократичного суспільства, бути його відповідальним громадянином, мати необхідні соціальні компетенції.

- вибирати необхідні методи дослідження і модифікувати існуючі, виходячи із задач конкретного дослідження; обробляти отримані результати, аналізувати і осмислювати їх з урахуванням сучасного наукового досвіду.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Вступні випробування охоплюють перелік фахових дисциплін, економіки підприємства, економічної теорії, організації виробництва, маркетингу.

Абітурієнт повинен знати основні питання економічної теорії, економіки підприємства, організації виробництва.

I. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Поняття про підприємство і основні напрямки його діяльності

Види підприємств. Виробнича і загальна структура підприємств. Виробнича програма підприємства: суть, показники і методика розробки.

Тема 2. Основні фонди та виробнича потужність підприємства

Поняття про основні фонди підприємства і їх класифікація. Сутність і види оцінки основних фондів. Спрацювання і техніко-економічні старіння основних фондів. Амортизація основних фондів і економічна суть і методи нарахування амортизаційних відрахувань. Ремонт основних фондів і його

економічний зміст. Відтворення основних фондів. Показники забезпеченості підприємства і працівників основними фондами. Ефективність використання основних фондів. Виробнича потужність підприємства.

Тема 3. Оборотні кошти підприємства і ефективність їх використання

Економічна суть оборотних фондів, фондів обігу і оборотних коштів (ОбК). Склад і структура оборотних коштів підприємства. Джерела утворення оборотних коштів. Нормування оборотних коштів. Ефективність використання ОбК.

Тема 4. Персонал підприємства і його використання

Склад, чисельність та структура персоналу підприємства. Поняття про продуктивність праці. Економічне і соціальне значення росту продуктивності праці. Методика визначення рівня продуктивності праці. Шляхи і резерви підвищення продуктивності праці.

Тема 5. Інвестиції підприємства і ефективність їх використання

Поняття, склад і структура інвестицій. Поняття про капітальні вкладення. Оцінка ефективності інвестицій. Чинники підвищення ефективності використання капітальних вкладень та фінансових інвестицій

Тема 6. Інноваційні процеси та оцінка їх ефективності

Загальна характеристика інноваційних процесів. Науково-технічний прогрес: суть, загальні та пріоритетні напрямки. Економічна оцінка ефективності технічних та організаційних нововведень.

Тема 7. Витрати виробництва: шляхи їх зниження

Поняття про витрати виробництва і собівартість продукції. Класифікація витрат. Групування витрат виробництва за економічними елементами. Групування витрат виробництва за статтями калькуляції. Умовно постійні і умовно змінні витрати в собівартості продукції. Шляхи зниження витрат виробництва.

Тема 8. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства та ефективність

Зміст і форми фінансової діяльності підприємства. Поняття про прибуток як економічну категорію. Види прибутку, формування та використання прибутку. Поняття про рентабельність як економічну категорію. Система показників рентабельності. Показники оцінки фінансово-економічного стану підприємства. Сутнісна характеристика вимірювання ефективності виробництва. Чинники зростання ефективності виробництва.

II. ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ

Тема 1. Поняття “праця” та її характеристики

Сутність категорії “праця” та її характеристики. Роль праці у розвитку людини і суспільства. Зміст і характер праці. Види праці та їх характеристики. Еволюція праці як чинника виробництва. Праця і науково-технічний прогрес. Гуманізація праці. Управління суспільною працею.

Тема 2. Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства

Населення як соціально-економічна категорія. Відтворення населення і

його характеристики (показники). Трудові ресурси як соціально-економічна і статистична категорія. Структура людських ресурсів. Економічно активне і економічно неактивне населення. Трудовий потенціал: сутність, показники, структура. Формування і розвиток трудового потенціалу. Взаємозв'язок показників, що характеризують населення, людські ресурси, трудовий потенціал. Людський капітал як соціально-економічна категорія. Розвиток і використання людського капіталу. Індекс людського розвитку: методологія визначення, призначення, сфера використання.

Тема 3. Соціально-трудові відносини як система

Еволюція поняття і сучасне розуміння сутності соціально-трудових відносин. Місце соціально-трудових відносин у системі відносин ринкової економіки. Поняття системи в економіці та соціально-трудої сфері. Сторони, суб'єкти і органи соціально-трудових відносин: загальна характеристика, рівні соціально-трудових відносин. Характеристики предмета соціально-трудових відносин. Принципи функціонування системи соціально-трудових відносин. Характеристика методів регулювання соціально-трудових відносин за умов централізованої планової та ринкової економіки. Моделі соціально-трудових відносин у світовій практиці. Критерії оцінювання рівня розвитку соціально-трудових відносин. Якість трудового життя як узагальнена оцінка відносин у сфері праці. Формування і регулювання соціально-трудових відносин у сучасних умовах. Механізм функціонування системи соціально-трудових відносин: організаційні аспекти. Взаємодія і співробітництво сторін, суб'єктів і органів, що представляють інтереси держави, роботодавців і найманих працівників, як основа механізму функціонування системи соціально-трудових відносин. Держава (органи законодавчої і виконавчої влади) як суб'єкт соціально-трудових відносин. Основні функції та роль держави у становленні досконалих соціально-трудових відносин. Зарубіжний досвід участі держави в регулюванні соціально-трудових відносин, оцінювання доцільності й необхідності його використання в Україні. Роботодавці та об'єднання роботодавців, їх завдання, функції та роль у становленні й регулюванні соціально-трудових відносин. Нормативно-правова база діяльності роботодавців та їхніх об'єднань. Наймані працівники в системі соціально-трудових відносин. Особлива роль найманих працівників як сторони і суб'єкта соціально-трудових відносин. Представницькі органи найманих працівників. Сучасний стан профспілкового руху в Україні. Наймані працівники та професійні спілки як суб'єкти соціально-трудових відносин у практиці країн з розвинутою ринковою економікою.

Тема 4. Соціальне партнерство

Сутність соціального партнерства та його роль у функціонуванні ринкової

економіки. Форми соціального партнерства. Нормативно-правова база соціального партнерства в Україні. Соціальне партнерство в організації. Оцінка стану соціального партнерства в Україні та напрями його розвитку. Зарубіжний досвід соціального партнерства, його сучасні форми, тенденції розвитку.

Тема 5. Ринок праці та його регулювання

Ринок праці: сутність, зміст і структура. Механізм функціонування ринку праці. Сегментація ринку праці. Гнучкість ринку праці. Національні ринки праці: співвідношення внутрішнього і зовнішнього. Попит і пропозиція на ринку праці. Безробіття. Регулювання ринку праці. Пасивна і активна політика на ринку праці. Державна служба зайнятості, її роль у регулюванні ринку праці.

Тема 6. Соціально-трудова відносина зайнятості

Зайнятість як соціально-економічна категорія і передумова формування соціально-трудова відносин. Види і форми зайнятості. Державна політика зайнятості. Глобалізація економіки та її вплив на зайнятість. Сучасні тенденції у сфері зайнятості. Безробіття: сутність, типи, соціально-економічні наслідки. Індивідуальний трудовий договір як форма регулювання відносин зайнятості. Колективний договір і його роль у регулюванні соціально-трудова відносин зайнятості. Державні гарантії у сфері зайнятості. Політика зайнятості на внутрішніх ринках праці. Генеральні, галузеві і регіональні угоди, їх значення в забезпеченні ефективної зайнятості.

Тема 7. Організація і нормування праці

Сутність, зміст і значення організації праці. Принципи організації праці. Організація праці на макро- і мезорівнях. Характеристика складових організації праці на рівні підприємства. Організація праці на робочому місці. Умови праці: сутність і значення. Взаємозв'язок організації праці з організацією виробництва. Нормування праці як провідна складова її організації. Функції нормування праці. Нормування як засіб регламентування трудової діяльності. Класифікація витрат робочого часу. Норми затрат праці. Методи нормування праці. Критерії і показники ефективності організації праці.

Тема 8. Продуктивність і ефективність праці

Сутність продуктивності праці та її значення для соціально-економічного розвитку суспільства. Показники і методи виміру продуктивності праці. Умови, фактори зростання продуктивності праці та їх класифікація. Науково-технічний прогрес та його вплив на підвищення продуктивності праці. Взаємозв'язок між динамікою технічної озброєності і продуктивністю праці. Удосконалення організації виробництва і праці як чинник підвищення продуктивності праці. Резерви підвищення продуктивності праці та їх класифікація. Методи виявлення і практичної реалізації резервів. Економічне обґрунтування заходів щодо використання резервів зростання продуктивності праці. Теоретико-

методологічні аспекти ефективності праці. Програмно-цільові методи підвищення продуктивності праці.

Тема 9. Політика доходів і оплата праці

Економічні закони, що регулюють розподільчі відносини в ринковій економіці. Структура доходів населення. Номінальні і реальні доходи. Рівень життя: поняття і чинники, що його визначають. Заробітна плата як соціально-економічна категорія ринкової економіки і основна форма доходів найманих працівників. Сутність і діалектика взаємозв'язку категорій “вартість робочої сили”, “ціна робочої сили”, “витрати роботодавця на робочу силу”, “необхідний продукт”, “заробітна плата”, “функції заробітної плати”. Чинники, що впливають на рівень і динаміку заробітної плати. Значення, необхідність і принципи диференціації заробітної плати. Організація заробітної плати, її елементи і принципи. Характеристика елементів організації заробітної плати на підприємстві. Зміст та призначення тарифної системи оплати праці працівників. Роль тарифної системи в плануванні та регулюванні заробітної плати. Основні елементи тарифної системи оплати праці. Розробки та застосування ЄТС. Застосування “гнучкого тарифу” та “плаваючих окладів”. Системи винагороди за працю. Форми і системи заробітної плати. Організація преміювання працівників. Розвиток системи винагороди у сфері праці.

Тема 10. Планування праці

Планування праці, його роль в управлінні людськими ресурсами. Трудові показники, їх взаємозв'язок і вплив на ефективність діяльності суб'єктів господарювання. Види планів з праці. Планування праці на макро- і мезорівнях. Показники праці як складова бізнес-плану. Методи планування трудових показників на рівні підприємства. Розроблення планів з продуктивності праці. Основні етапи планування продуктивності праці. Аналіз рівня і динаміки продуктивності праці. Аналіз трудомісткості. Планування трудомісткості за окремими її видами і в цілому. Методи розрахунку чисельності працівників за окремими категоріями. Визначення додаткової потреби працівників. Методи планування фонду заробітної плати. Планування середньої заробітної плати.

Тема 11. Аналіз, звітність і аудит у сфері праці

Економічний аналіз у соціально-трудої сфері. Значення економічного аналізу у сфері праці. Сутність і значення аудиту у сфері праці. Напрями, етапи і методи проведення аудиту у сфері праці. Ефективність аудиту у сфері праці. Звітність показників з праці: статистична, оперативна. Періодичність і напрями використання звітності.

Тема 12. Моніторинг соціально-трудої сфери як інструмент регулювання й удосконалення соціально-трудої відносин

Сутність моніторингу соціально-трудої сфери і його концептуальні

положення. Завдання моніторингу соціально-трудової сфери і його напрями: соціально-демографічні та міграційні процеси зайнятості, ринок праці, безробіття; соціально-трудова процеси на підприємствах (організаціях); умови й охорона праці; доходи та рівень життя населення, професійно-кваліфікаційний рівень та конкурентоспроможність робочої сили; соціально-психологічний клімат в трудових колективах; задоволеність соціально-трудовами відносинами. Органи та об'єкти моніторингу соціально-трудової сфери, інформаційна база. Методика вибірки об'єктів дослідження і системи показників моніторингу соціально-трудова сфери. Реєстрові системи як складова соціально-економічного моніторингу. Зарубіжний досвід проведення моніторингу соціально-трудова сфери.

Тема 13. Міжнародна організація праці та її вплив на розвиток соціально-трудова відносин

Міжнародні акти про економічні, соціальні й культурні права людини. Міжнародна організація праці (МОП) у сучасному світі: цілі, завдання, структура. Філадельфійська декларація про діяльність МОП. Пріоритетні напрями діяльності МОП на сучасному етапі. Трестороннє представництво у структурі органів МОП. Організація діяльності МОП. Механізм нормотворчої діяльності МОП. Основні напрями вдосконалення нормотворчої діяльності МОП на сучасному етапі. Застосування міжнародних трудових норм в Україні. Проблеми розвитку національного трудового законодавства та інтеграції соціально-трудова відносин у систему відносин, визнану світовим співтовариством. Міжнародний досвід регулювання соціально-трудова відносин. Глобалізація світової економіки та її вплив на соціально-трудова сферу. Сучасні світові тенденції розвитку соціально-трудова відносин. Зарубіжний досвід регулювання відносин у сфері зайнятості. Еволюція політики доходів і досвід їх регулювання в зарубіжних країнах. Зарубіжний досвід розвитку виробничої демократії, її форми в зарубіжних країнах. Соціальне планування на зарубіжних підприємствах. Глобалізація національних економік та уніфікація трудових норм. Актуальні проблеми розвитку соціально-трудова відносин в Україні у контексті світового досвіду.

ІІІ. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Тема 1. Персонал організації як об'єкт управління

Організація як один з основних соціальних інститутів суспільства. Визначення терміну “організація” і елементів, які складають її структуру. Головна мета діяльності організації. Зовнішнє і внутрішнє середовище організації. Основні типи організацій у сфері економіки. Об'єктивна необхідність управління спільною працею. Праця як цілеспрямована діяльність людей. Особливості спільної праці: розподіл та кооперація праці,

відповідальність за його результати. Сутність управління спільною працею.

Персонал організації, його структура та характеристики. Визначення терміну “персонал” і його відмінність від поняття “кадри”. Структура персоналу організації: статистична та аналітична (загальна та часткова). Розподіл персоналу за характером трудових функцій. Основні якісні та кількісні характеристики персоналу.

Тема 2. Методологія управління персоналом

Сутність кадрової політики та її зв'язок зі стратегічним управлінням в організації. Поняття та цілі кадрової політики. Документи, в яких фіксується та декларується кадрова політика. Зовнішні та внутрішні фактори, які визначають кадрову політику. Стратегія розвитку й кадрова політика організації. Головні напрямки кадрової політики та механізм її реалізації. Функції та завдання управління персоналом. Організаційні та особисті цілі управління персоналом, їх характеристика. Функції управління персоналом і відповідні їм завдання. Суб'єкти управління персоналом, розмежування їхніх завдань і координація діяльності. Системний підхід до управління персоналом. Визначення управління персоналом як системи та вимоги, що пред'являються до неї. Алгоритм функціонування системи управління персоналом. Характерні ознаки системного підходу до управління персоналом. Механізм реалізації системного підходу до управління персоналом. Організаційна структура управління персоналом. Визначення організаційної структури управління персоналом. Елементарна, лінійна, функціональна та матрична організаційні структури. Методи управління персоналом організації. Сутність і зміст адміністративних, економічних та соціально-психологічних методів управління персоналом.

Тема 3. Ресурсне забезпечення управління персоналом

Нормативно-правова база управління персоналом. Визначення нормативно-методичного забезпечення управління персоналом. Організаційно-розпорядницькі, організаційно-методичні та організаційно-регламентуючі документи. Визначення правового забезпечення управління персоналом. Кодекс законів про працю України, Закон України «Про оплату праці». Закон України «Про охорону праці» та інші законодавчі акти, які регулюють трудову діяльність. Науково-методичне та інформаційне забезпечення управління персоналом. Класифікатор професій ДК 003·95. Довідник кваліфікаційних характеристик працівників. Міжгалузеві норми та нормативи з праці. Міжнародні норми праці. Кадрове забезпечення управління персоналом. Лінійні та функціональні керівники, їхні права та обов'язки у галузі менеджменту персоналу. Розподіл функцій з управління персоналом між кадровою службою та керівниками структурних ланок організації. Матеріально-технічне та фінансове забезпечення управління персоналом. Комплекс технічних засобів зі

збору і реєстрації, передачі, збереження, обробки та видачі інформації. Джерела коштів на оплату праці та інші форми матеріального заохочення працівників.

Тема 4. Соціально-психологічні аспекти управління персоналом

Роль керівника в організації. Знання керівниками основ психології менеджменту – необхідна передумова ефективного управління спільною діяльністю людей. Психологічні риси особистості керівника, вимоги до нього як до лідера. Соціально-психологічні особливості колективу як об'єкта управління. Потреби (первинні та вторинні), ціннісні орієнтації працівників, урахування їх у процесі мотивації трудової поведінки. Типи мотивацій. Комуникативний процес. Психологія комунікації. Комунікації між організацією та її середовищем, між рівнями управління і підрозділами. Типи і засоби комунікації. Стрес та його види. Стресові фактори й управління ними. Типи та причини конфліктів. Позитивні і негативні функції конфліктів. Управління конфліктною ситуацією. Соціально-психологічний клімат у колективі. Закономірності формування позитивного соціально-психологічного клімату в колективі. Соціально-психологічні резерви колективу і методи їх використання для підвищення ефективності та поліпшення якості праці.

Тема 5. Кадрова служба і кадрове діловодство

Функції та завдання кадрової служби організації, її структура. Сучасні завдання і функції кадрової служби. Права, обов'язки й відповідальність керівника кадрової служби. Основні типи організаційної структури кадрової служби. Співробітництво кадрової служби з іншими структурними ланками організації. Кадрова документація. Номенклатура справ з кадрового діловодства. Склад кадрової документації та її призначення. Документаційне забезпечення обліку та руху кадрів. Розпорядницькі, облікові та статистичні форми документів з обліку та руху кадрів. Ведення особових справ. Облік особового складу організації. АРМ менеджера персоналу (інспектора з кадрів).

Тема 6. Планування і формування персоналу

Об'єктивні та суб'єктивні чинники зміни потреб організації в персоналі. Головна мета планування персоналу. Суб'єктивні (внутрішні) та об'єктивні (зовнішні) чинники, які впливають на визначення потреби організації в персоналі. Визначення потреби організації в персоналі. Інформаційна база для визначення поточних і перспективних потреб організації в персоналі. Аналіз наявної чисельності та структури персоналу з метою подальшої її оптимізації. Якісна та кількісна потреба в персоналі. Балансові, нормативні та математико-статистичні методи визначення потреб організації в кадрах певних професійнокваліфікаційних груп. Сутність прогнозування персоналу на перспективу. Методи прогнозування персоналу на перспективу (екстраполяція, математичні моделі, експертні оцінки). Маркетинг ринку праці. Головні

напрямки та завдання персоналмаркетингу. Внутрішні та зовнішні ринки праці. Професійний відбір персоналу. Основні етапи та методи відбору персоналу. Виробнича (професійна і психо-фізіологічна) та соціально-психологічна адаптація новоприйнятих працівників.

Тема 7. Розвиток персоналу

Розвиток персоналу як спосіб забезпечення конкурентоспроможності. Сутність, соціальне-економічне значення і завдання розвитку персоналу. «Інвестування в людину» та його ефективність. Професійна підготовка та розвиток кадрів. Первинна професійна підготовка кадрів у профтехучилищах, вищих навчальних закладах та на виробництві. Підвищення кваліфікації та перепідготовка кадрів. Післядипломне навчання керівників і спеціалістів. Програми MBA. Система безупинного навчання персоналу. Службово-професійне просування кадрів. Створення й підготовка резерву на заміщення вакантних посад. Сутність, значення та організація планування трудової (ділової) кар'єри. Професійна кар'єра та кар'єра в організації. Планування й організація професійнокваліфікаційного просування робітників. Службово-кваліфікаційне просування професіоналів і фахівців.

Тема 8. Рух персоналу

Поняття, основні чинники і траєкторії руху персоналу в організації. Поняття руху персоналу. Завдання стабілізації та планомірного оновлення персоналу. Горизонтальний і вертикальний рух персоналу в організації, його позитивні та негативні наслідки. Ротація кадрів як форма руху і підвищення кваліфікації працівників. Причини та показники руху персоналу. Показники обороту, плинності та стабільності персоналу, методи їх визначення. Абсентизм. Визначення абсентизму, його причини, економічні наслідки й методи регулювання.

Тема 9. Регулювання трудової діяльності персоналу

Основи теорії організаційної поведінки. Індивідуальні та групові інтереси, їх класифікація, можливості використання в управлінні персоналом. Ефективне використання праці та розстановка кадрів. Основні об'єкти регулювання: робочий час, трудовий процес і його обслуговування, оплата праці, виробниче середовище. Регламентування робочого часу, трудових обов'язків і міри праці. Нормування праці, сутність, значення, види норм праці. Планування роботи структурних підрозділів, визначення індивідуальних виробничих завдань. Контролінг в управлінні персоналом. Контролінг персоналу як система контрольо-аналітичних процедур і операцій, спрямованих на підвищення ефективності функціонування організації. Цілі та завдання кадрового контролінгу. Випереджальний (запобіжний), поточний та підсумковий контроль. Облік трудової діяльності. Облік результатів діяльності трудових колективів і

окремих виконавців. Звітність щодо виконання планів і завдань.

Тема 10. Управління робочим часом працівників

Робочий час як універсальна міра кількості праці. Сутність і значення робочого часу, його зв'язок з інтенсивністю та продуктивністю праці. Законодавство України про регулювання робочого часу і часу відпусток. Регулювання робочого часу протягом тижня. Обмеження роботи в нічний час, у вихідні та святкові дні. Робота в надурочний час. Обмеження робочого часу для окремих категорій персоналу. Регулювання тривалості відпусток. Правила внутрішнього трудового розпорядку. Сутність і значення правил внутрішнього розпорядку як способу регулювання робочого часу в конкретній організації. Початкова інформація для складання правил внутрішнього розпорядку. Регулювання режимів праці та відпочинку в організації. Регулювання режиму праці та відпочинку протягом зміни, доби, тижня і року. Гнучкі режими праці. Аналіз ефективності використання робочого часу. Завдання вивчення витрат робочого часу. Методи вивчення витрат робочого часу (безпосередні виміри, моментні спостереження).

Тема 11. Створення сприятливих умов праці

Умови праці в організації. Поняття умов праці в організації. Фактори, що визначають умови праці на виробництві, їх значення для здоров'я, працездатності людей, якості продукції. Державне регулювання умов праці. Закон України «Про охорону праці». Місце і значення умов праці в системі чинників продуктивності праці. Класифікація умов праці на виробництві. Організаційно-технологічні умови праці. Санітарно-гігієнічні умови праці. Соціально-психологічні умови праці.

Тема 12. Оцінка персоналу

Об'єктивна необхідність оцінювання персоналу. Значення й завдання оцінювання персоналу. Оцінювання особистісних і професійних (ділових) якостей претендентів на робочі місця в організації. Вивчення документів. Співбесіди. Комп'ютерна психодіагностика. Тестові випробування. Графологічна експертиза. Технології відбору персоналу. Оцінювання якості роботи персоналу. Оцінювання робітників і службовців (рівень кваліфікації, виконавська й трудова дисципліна, якісні показники роботи, дотримання техніки безпеки тощо). Оцінювання спеціалістів (рівень кваліфікації, творчість і винахідливість, ініціативність, виконавська і трудова дисципліна). Оцінювання керівників (рівень кваліфікації, відповідальність, готовність ризикувати, організаційні здібності, стиль управління, ініціативність, показники роботи підлеглих працівників). Атестація спеціалістів і керівників. Періодичність проведення атестації, документація, процедури проведення, використання результатів.

Тема 13. Мотивація та стимулювання персоналу

Потреби, мотиви та інтереси людини. Поняття потреб людини. Потреби первинні та вторинні. Ієрархія потреб. Мотив як внутрішня спонукальна сила до активної дії. Множинність мотивів трудової поведінки та їх взаємодія. Мотив, інтерес і мета усвідомленої дії. Трудова поведінка та її вплив на результати праці. Мотиваційний механізм управління трудовою поведінкою персоналу. Зарубіжні теорії мотивації персоналу. Стимул як чинник активізації трудової діяльності. Визначення стимулу як категорії. Взаємозв'язок між мотивами та стимулами. Сучасні методи стимулювання ефективної діяльності персоналу. Сутність і місце заробітної плати в системі стимулювання. Вибір форм і систем заробітної плати для окремих категорій працівників. Негрошові форми стимулювання працівників.

Тема 14. Ефективність управління персоналом

Ефективність управління персоналом організації. Загальні засади ефективності в економіці та управлінні. Економічні та соціальні аспекти ефективності роботи з персоналом. Система економічних показників ефективності управління персоналом. Показники соціальної ефективності управління персоналом. Технологія аналізу та оцінки ефективності управління персоналом. Складові аналізу ефективності управління персоналом (система кадрового аудиту, кадровий консалтинг, моніторинг управління персоналом). Витрати на персонал, методи їх нормування, планування й аналізу. Складові основних і додаткових витрат на персонал. Особливості нормування окремих елементів витрат на персонал. Основні показники, за якими відбувається планування і аналіз витрат на персонал. Етапи планування витрат на персонал. Економічна шкода та її відшкодування. Визначення економічної шкоди внаслідок надмірної плинності персоналу, професійних захворювань і травматизму.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ ТЕСТИ

1. Амортизаційні вирахування це:

- а) кошти на реновацію основних виробничих фондів;
- б) кошти на заохочення та погашення заборгованості;
- в) кошти на облагородження території підприємства;
- г) кошти на капітальний ремонт та модернізацію.

2. Відрядна оплата праці це:

- а) оплата за час, який витрачений на виробництво продукції;
- б) оплата за вироблений об'єм виробленої продукції;
- в) оплата за вироблений обсяг роботи з врахуванням витраченого часу та кваліфікації.
- г) оплата за весь період роботи працівника.

3. Показниками ефективності інвестиційного процесу є:

- а) обсяг інвестованих коштів;
- б) рівень рентабельності;
- в) період окупності;
- г) сума грошового потоку;
- д) чистий приведений дохід;
- е) розрахований прибуток;
- ж) внутрішня норма дохідності.

4. Для найкращого взаємозв'язку попиту та запропонування на підприємствах сфери послуг використовують в пікові періоди стратегії:

- а) де маркетингу;
- б) синхромаркетингу;
- в) конверсійного маркетингу;
- г) ремаркетингу.

5. У довгостроковому періоді рівновага на монопольному ринку означає, що товари реалізуються по цінам

- а) які дорівнюють додатковим витратам;
- б) які дорівнюють додатковій виручці;
- в) які перевищують додаткові витрати;
- г) які дорівнюють середнім витратам.

6. Використання капітальних вкладень у виробництві буде ефективним, якщо:

- а) більше 50% вкладається у придбання нових технологій та обладнання;
- б) більше 50% вкладається в більш сприйняте конструктивне рішення виробничої будівлі;
- в) вкласти рівні частини в обладнання та конструктивне рішення будівлі;
- г) вкласти кошти у якесь інше рішення.

7. Рівень рентабельності вираховується відсотковим відношенням:

- а) вартості реалізованої продукції до витрат;
- б) прибутку до витрат;
- в) кошторисної вартості до собівартості;
- г) прибутку до виробничих фондів.

8. Зниження собівартості будівництва при зменшенні строків будівництва має місце за рахунок:

- а) зменшення витрат на основну заробітну платню;
- б) зменшення витрат на матеріали, конструкції та електроенергію;
- в) зменшення умовно-постійної частини накладних витрат;
- г) збільшення умовно-постійної частини накладних витрат.

9. Ефективність використання основних виробничих фондів оцінюється значенням:

- а) фондоемності та фондovіддачі;
- б) фондо- та механоозброєності;
- в) середньорічної потужності;
- г) коефіцієнтів ефективності використання основних фондів.

10. При проведенні маркетингових досліджень ринку послуг використовують:

- а) кабінетні дослідження;
- б) польові дослідження;

11. Які посередники є незалежними?

- а) брокери;
- б) дистриб'ютори;
- в) комісіонери;
- г) агенти.

12. Система індексації доходів у економічно розвинутих країнах відноситься до:

- а) малих торгівельних фірм;
- б) державних службовців;
- в) менеджерів приватних фірм;
- г) пенсіонерів;

13. Доход, яким людина може розпоряджатися(Д1):

- а) зарплата, пенсія або стипендія;
- б) доход у формі відсотку це капітал мінус податок на особистий доход;
- в) особистий доход мінус індивідуальні податки та інші обов'язкові платежі;
- г) всі отримані кошти.

14. Зміни у рівні реальних доходів населення можна визначити через порівняння номінальної зарплати з динамікою одного з наступних показників:

- а) норми прибутку;
- б) рівня цін на товари і послуги;
- в) ставки оподаткування;
- г) тривалості робочого тижня.

15. Що може вплинути на зміни у витратах на чистий об'єм експорту:

- а) національний доход країни;
- б) національний доход у інших країнах;
- в) зниження курсу вітчизняної валюти;
- г) підвищення курсу вітчизняної валюти.

16. Що входить у поняття «фінансовий ринок»:

- а) грошовий ринок;
- б) ринок патентів;
- в) ринок капіталів;
- г) ринок послуг.

17. Яка межа сучасної грошово-кредитної політики в Україні:

- а) зниження інфляції;
- б) підвищення частки комерційних банків у загальному об'ємі кредитних операцій.
- в) зростання долі інвестицій у загальному об'ємі кредитних операцій;
- г) розширення частки приватних підприємств у процесі приватизації державної власності.

18. Які заходи можливо віднести до захисту вітчизняного робітника в Україні

- а) підвищення митних податків на імпорт;
- б) зниження митних податків на експорт;
- в) введення квот на імпортовану продукцію;
- г) введення квот на експортовану продукцію;
- д) підвищення рівня конкурентоздатності вітчизняних підприємств за допомогою державних інвестицій.

19. Документ повинен:

- а) бути складений за встановленою формою;
- б) відповідати нормам розмовного стилю мови;
- в) мати вихідний номер;
- г) мати вхідний номер.

20. Культура керівництва це:

- а) вимоги до правильного мовного оформлення стосунків між людьми;
- б) вимоги до процесу керування та особистих якостей людей;
- в) вимоги до поведінки людей.

21. Головною ознакою телефонної розмови є:

- а) лаконічність;
- б) відсутність візуального контакту;
- в) відвертість співрозмовників.

22. Статут організації:

- а) являє прихильність вищій керівницької ланки організації;
- б) забезпечує повноваження, на основі яких організація може функціонувати;
- в) установлює організаційну структуру для діяльності організації;
- г) оговорює загальні цілі і завдання організації.

23. Графік Гантта корисний для визначення:

- а) обсягу роботи при вирішенні завдання;
- б) моменту початку та закінчення завдання;
- в) того, як завдання співвідносяться одне з одним;
- г) того, хто має виконати це завдання.

24. Контроль якості в Японії за останні 30 років різко покращився по усім наступним причинам, за виключенням:

- а) використання «груп якості»;
- б) невеликих безперервних покращень в контролі якості;
- в) використання системи пропозицій працівників;
- г) використання контрольних графіків;
- д) концентрація зусиль за контролем якості на виробляємій продукції.

25. При плануванні, організації, мотивації та контролі на підприємстві важливою рисою в управлінні кадрами буде:

- а) організація міждисциплінарних команд;
- б) вирішення конфліктів;
- в) усний та письмовий зв'язок поміжпрацівниками на усіх рівнях;
- г) допомога з боку старшого керівництва.

26. Стандартними типами комунікації є усі, за винятком:

- а) письмової;
- б) вербальної;
- в) технологічної;
- г) невербальна.

27. Критична путь в сітьовому графіку являє собою путь, який:

- а) потребує більше всього часу;
- б) повинна виконуватися перед всіма іншими роботами;
- в) передбачує певну гнучкість у встановленні дати початку;
- г) не має впливу через затримки в реалізації графіку.

28. Успіх і ефективність менеджера є функцією (результатом) його управлінських здібностей і бажань:

- а) правильної особистості;
- б) можливостей;
- в) інтуїції;
- г) здатності ясно писати;
- д) положенням в бізнесі.

29. Які з нижченаведених змін в соціальному середовищі справляють найбільший вплив на менеджера?

- а) молодь і діти піддають сумніву владу;
- б) громадськість отримує значні можливості для ретельних досліджень на короткостроковому управлінні і не мають таких довгострокових цінностей як їх батьки;
- в) зростає кількість релігійних організацій;
- г) наявність зниження ролі загально людської цінності «святості життя».

30. Яке планування являє собою визначення того, яким чином можна досягти довгострокових цілей організації при очікуваних на цей період ресурсах:

- а) стратегічне;
- б) глобальне;
- в) висококваліфіковане;
- г) оперативне;
- д) середньострокове.

31. Дослідження західних вчених свідчать, що менше 10 відсотків менеджерів були навчені (яких якостей найбільше бракує сучасним менеджерам?):

- а) знаходити приємне в їхній субординації;
- б) досягнення успіху;
- в) як досягнення успіху так і продуктивності;
- г) набуттю спеціальності для просування;
- д) продуктивності.

32. Які з двох нижченаведених критеріїв характеризують організаційну ефективність в середньостроковому управлінні?

- а) ефективність і продуктивність;
- б) адаптивність і виживання;
- в) продуктивність і розвиток;

- г) адаптивність і розвиток;
- д) задоволення потреб і адаптивність.

33. Державна реєстрація підприємств відбувається у термін:

- а) 10 днів;
- б) 3 дні;
- в) 20 днів.

34. Чисельність робітників на малому підприємстві не повинна перевищувати:

- а) 50 чол;
- б) 100 чол;
- в) 150 чол;

35. До уставних об'єднань підприємств відносяться:

- а) асоціації;
- б) концерни;
- в) консорціуми.

36. Державна реєстрація підприємств відбувається:

- а) в податковій інспекції;
- б) державним реєстратором;
- в) в відділі державної статистики.

37. Філія підприємства:

- а) юридичною особою не являється;
- б) являється юридичною особою;

38. Який державний орган приймає рішення про банкрутство підприємства:

- а) господарський суд;
- б) орган реєстрації;
- в) орган державної адміністрації.

39. Спільне підприємство – це підприємство, іноземна інвестиція в уставному фонді якого складає:

- а) 50%;
- б) 20%;
- в) 10%;

40. Термін дії торгового патенту на здійснення торгівельної діяльності:

- а) 2 роки;
- б) 12 місяців;
- в) 6 місяців.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Герасименко В. В. Ценовая политика / В. В. Герасименко – М. : Финстатинформ, 1995.
2. Эванс Дж. Маркетинг / Дж. Эванс, Б. Берман. – М. : Экономика, 1993.
3. Дугіна І. Маркетингова цінова політика / І. Дугіна. – К. : КНЕУ, 2005.
4. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 1997.
5. Николайчук В. Е. Промышленный маркетинг / В. Е. Николайчук, М. И. Белявцев. – Донецк : ООО ПФК НЗЗ «БАО», 2004.
6. Основы финансового менеджмента : учеб. пособие под ред. Балабанова И.Т. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 480 с.
7. Перерва П.Г. Маркетинг машиностроительной продукции / П.Г.Перерва, Н.И.Погорелов. – К. : 1997.
8. Управление проектами; под ред. В.Д.Шапиро. – СПб. : ДваТри, 1996.
9. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг / Ж.Ламбен. – М. : Наука, 1996.
10. Финансы предприятия: учеб. пособие под ред. Е.И.Бородиновой. – М. : Банки и биржи; Юнити, 1996.
11. Финансовый лизинг: учеб. пособие; под ред. Л. Прилуцкого. – М. : Ось-89, 1997. – 159 с.
12. Шевчук В. Я. Инвестиционный менеджмент / В. Я. Шевчук, И. А. Бланк, П. С. Рогожин. – М. : ИНФРА-М, 1997.
13. Бойчик І. М. Економіка підприємства: навч. посіб. / І. М. Бойчик, П. С. Харів, М. І. Хопчан. – Львів : Сполом, 2001. – 212 с.
14. Экономика предприятия: учебник; под ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2002.
15. Экономика предприятия: учеб. пособие; под ред. В. П. Грузинова, В.Д. Грибова. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 208 с.
16. Экономика предприятия; под ред. В. Н. Горфинкеля. – М. : Банки и биржи; Юнити, 2000. – 702 с.
17. Архієреєв С.І. Основи економічної теорії : навчально-методичний посібник для студентів технічних спеціальностей заочної форми навчання / за ред. проф. С. І. Архієреєва, доц. Н.Б.Решетняк. – Харків : НТУ «ХП», 2010. – 76 с.
18. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посібник / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2005.
19. Економічна теорія : підручник / за ред. В. Д. Базилевич. – 2007.
20. Курс економічної теорії : навч. посібник / С. І. Архієреєв, С. Г. Вінницька та ін.; за ред. С. І. Архієреєва, Н. Б. Решетняк. – Харків : НТУ «ХП», 2008. – 332 с.
21. Гірняк О.М. Менеджмент. Теоретичні основи і практикум: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти/ О.М. Гірняк, П.П. Лазановський. – К. : Магнолія плюс, Львів: «Новий світ – 2000», 2003. – 336 с.

22. Гудзинський О.Д. Менеджмент у системі агробізнесу. – К.: Урожай, 1994. – 240 с.
23. Дафт Р.Л. Менеджмент: учебник / Р.Л. Дафт. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2015. – 864 с.
24. Друкер П. Эффективное управление [текст]/ П. Друкер. - М.: ФАИР-пресс, 2008. – 213 с.
25. Дяченко Т.О. Основи менеджменту: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.
26. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник/ О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник – 2-е вид., випр. та допов. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
27. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика: навч. посібник/ А.А. Мазаракі, Г.Є. Мошек, Л.А. Гомба та ін. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.
28. Мескон М. Основы менеджмента: учебник / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – 3-е изд. – М: Вильямс, 2008. – 672 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Організація вступного випробовування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП». До участі у вступних випробовуваннях допускаються кандидати, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством, зокрема «Правил прийому» до НТУ «ХП».

Для проведення тестування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробовування ухвалюється рішенням приймальної комісії. Для проведення вступного випробовування приймальною комісією попередньо готуються білети відповідно до «Програми фахового вступного випробовування». Програма фахового вступного випробовування оприлюднюється засобами наочної інформації на інформаційних стендах приймальної комісії.

Вступне випробовування проводиться у строки передбачені Правилами прийому до НТУ «ХП».

На вступне випробовування вступник з'являється з паспортом.

Абітурієнту необхідно для кожного завдання знайти правильну відповідь, яка відповідає номеру цього завдання. Кожне завдання передбачає один правильний варіант відповіді. На виконання тестового завдання відводиться 2 академічні години (90 хвилин).

За результатами вступних випробовувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями.

Критерії оцінки вступного випробовування знань абітурієнта при тестуванні здійснюється за 100-бальною шкалою (табл. 1) з подальшим переведенням у критерії ECTS.

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«ЕКОНОМІЧНА КІБЕРНЕТИКА»

Анотація

Програму фахового вступного випробування зі спеціальності 051 Економіка освітня програма «Економічна кібернетика» розроблено на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра відповідної спеціальності (та освітньої програми).

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 051 Економіка освітньої програми «Економічна кібернетика».

Мета фахового вступного випробування – перевірка рівня теоретичної та практичної підготовки абітурієнтів на базі здобутого ступеня бакалавр і формування рейтингового списку з абітурієнтів, які вступають на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 051 Економіка освітньої програми «Економічна кібернетика».

Вступні випробування проводяться в обов'язку навчальних програм з основних дисциплін навчального плану ступеня бакалавр, а саме: “Дослідження операцій”, “Економетрія”, “Моделювання економіки”, “Економічна кібернетика”, “Інформаційні системи” а також дисциплін циклу загальноекономічної підготовки (економічна теорія): “Політична економія”, “Мікроекономіка” та “Макроекономіка”.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Розділ 1. Дослідження операцій

Тема 1. Дослідження операцій як науковий підхід до аналізу економічних об'єктів і процесів та обґрунтування рішень. Концепція, предмет і мета дослідження операцій. Історичний огляд встановлення, розвитку і застосування методів дослідження операцій. Дефініції, можливі визначення дослідження операцій. Предметна область дослідження операцій, приклади. Основні поняття дослідження операцій і визначення. Етапи операційних досліджень.

Тема 2. Основи лінійного програмування. Графічне вирішення задачі лінійного програмування. Приклади завдань лінійного програмування. Завдання складання раціону. Завдання використання ресурсів. Основні етапи записи моделі лінійного програмування. Стандартна і канонічна форми запису моделі лінійного програмування. Основні прийоми переходу від довільного запису моделі до стандартної і канонічній формі запису.

Вирішення задачі лінійного програмування графічним способом. Аналіз на чутливість задачі лінійного програмування графічним способом (аналіз чутливості до зміни правих частин обмежень; цінність ресурсів; аналіз чутливості до зміни коефіцієнтів цільової функції).

Тема 3. Теорія двоїстості та аналіз лінійних моделей оптимізаційних задач. Правила побудови двоїстих моделей оптимізаційних задач. Основні теореми двоїстості. Перша теорема подвійності. Друга теорема подвійності.

Економічне тлумачення двоїстої задачі. Двоїстий симплекс метод.

Тема 4. Спеціальні задачі лінійного програмування. Параметричне програмування. Параметричні задачі лінійного програмування з параметром у цільовій функції і векторі обмежень. Економічні приклади.

Тема 5. Дискретна оптимізація. Задача дискретної оптимізації. Математична постановка економічних задач з вимогою цілочисельності. Основні труднощі при рішенні задач цілочисельного програмування. Загальна характеристика класифікацій і ефективність методів. Комбінаторні методи в дискретному програмуванні. Дискретні оптимізаційні задачі. Приклади дискретних моделей економічних задач. Метод «гілок і границь» для задачі ЛП та комівояжера. Методи рішення різних дискретних оптимізаційних задач. Наближені методи.

Тема 6. Нелінійні оптимізаційні моделі економічних систем. Економічна постановка задач, що приводять до нелінійних оптимізаційних моделей. Геометричне тлумачення задачі НП. Завдання одомірної оптимізації. Методи знаходження безумовного екстремуму функції багатьох змінних. Методи знаходження умовного екстремуму функції багатьох змінних для задач з обмеженнями-рівностями. Метод множників Лагранжа. Економічна інтерпретація множників Лагранжа. Розв'язання задач опуклого та угнутого програмування. Теорема Куна-Таккера.

Тема 7. Елементи теорії ігор. Загальні задачі і теорія ігор. Прийняття рішень в умовах невизначеності. Загальні принципи прийняття рішень в умовах невизначеності. Критерій Вальда.

Ігрові моделі. Основи теорії гри. Матрична гра. Основна теорема теорії ігор. Зведення задачі гри двох осіб до задачі лінійного програмування.

Тема 8. Моделі динамічного програмування. Динамічне програмування. Геометрична інтерпретація. Принцип оптимальності Беллмана. Метод динамічного програмування. Рівняння Беллмана. Метод динамічного програмування. Загальна схема методу динамічного програмування для задачі розподілу ресурсів.

Тема 9. Моделі та методи сіткової оптимізації. Огляд методів сіткової оптимізації. Сутність задачі планування і управління складними комплексами робіт. Області її застосування. Побудова сіткового графіка виконання комплексу робіт. Впорядкування подій і робіт в сітьовому графіку ресурсів. Сітьове планування. Визначення повного шляху і його тривалості. Часові параметри сітьових графіків. Поняття ранніх і пізніх термінів настання подій. Обчислення резервів часу подій. Визначення критичного шляху.

Аналіз і оптимізація сіткового графіку по часу, ресурсам, вартості. Оцінювання напруженості роботи. Задачі розподілу ресурсів. Сітьове планування в умовах невизначеності. Задача календарного планування робіт і методи її розв'язання.

Тема 10. Багатокритеріальні задачі. Постановка задачі. Класи задач прийняття багатоцільових рішень. Методи нормалізації та врахування пріоритету. Критерії згортки.

Тема 11. Теорія масового обслуговування. Задачі масового обслуговування в економіці. Сфера застосування, структура і термінологія систем масового обслуговування (СМО). Описовий аналіз СМО в економіці. Класифікація моделей масового обслуговування. Символіка СМО по Колмогорову. Графічна модель СМО. Потоки подій. Простіший потік і його властивості. Потоки Пальма і Ерланга. Характеристики вхідного і вихідного потоків в СМО. Пуасонівський процес. Рівняння Колмогорова. Перехідні та стаціонарні процеси. Граничні імовірності станів. Потоки подій і марківські ланцюги. Типові марківські процеси: загибелі і розмноження, циклічні. Основні операційні характеристики і показники ефективності СМО.

Особливості функціонування, приклади розрахунку параметрів і оптимізація СМО різних типів. Одно- і багатоканальна СМО з відмовами і очікуваннями.

Розділ 2. Економетрія

Тема 1. Моделювання – науковий метод пізнання дійсності

Використання моделювання у наукових дослідженнях. Класифікація моделей. Особливості використання математичного моделювання в економічних дослідженнях. Етапи проведення економетричного дослідження. Внесок українських учених в розвиток економіко-математичних досліджень.

Тема 2. Основи кореляційно – регресійного аналізу

Види зв'язку між змінними. Кореляційна залежність. Метод аналітичного групування. Основні завдання кореляційно-регресійного аналізу.

Тема 3. Парна лінійна кореляційно-регресійна модель

Основні характеристики парної лінійної кореляційно-регресійної моделі. Економічна інтерпретація параметрів моделі. Відхилення фактичних значень результуючої змінної від теоретичних. Перевірка моделі на наявність автокореляції.

Тема 4. Основні характеристики адекватності парної лінійної кореляційно-регресійної моделі

Розкладення результуючої змінної на складові частини. Формула декомпозиції загальної дисперсії результуючої змінної. Стандартна та гранична похибки моделі. Відношення детермінації. Кореляційне відношення. Довірчий інтервал для істинного значення коефіцієнта регресії. Стандартна та гранична похибки вільного члена рівняння регресії. Довірчий інтервал для істинного значення вільного члена ПЛКРМ. Стандартна та гранична вибірккові похибки моделі. Похибка індивідуального прогнозу. Оцінювання коефіцієнта кореляції.

Тема 5. Перевіряння статистичної значущості параметрів зв'язку між змінними

Перевіряння нульової гіпотези стосовно коефіцієнта кореляції. Перевіряння нульової гіпотези стосовно коефіцієнта кореляції. Експрес діагностика моделі.

Тема 6. Множинна лінійна кореляційно-регресійна модель (МЛКРМ)

Основи множинного кореляційно-регресійного аналізу. Основні припущення класичного множинного кореляційно-регресійного аналізу.

Побудова МЛКРМ. Інтерпретація коефіцієнтів множинної регресії. Основні характеристики множинної лінійної кореляційно-регресійної моделі. Стандартна похибка багатofакторної моделі. Коефіцієнти множинної детермінації і кореляції. Вибіркові похибки параметрів МЛКРМ. Оцінювання коефіцієнта множинної кореляції. Часткова регресія і кореляція. Експрес-діагностика багатofакторної моделі.

Розділ 3. Моделювання економіки

Тема 1. Економіка як об'єкт моделювання.

Особливості економічних систем як об'єктів моделювання. Історія застосування математичних методів для дослідження економічних процесів. Класифікація економіко-математичних моделей. Концептуальні засади математичного моделювання економіки.

Тема 2. Моделювання поведінки споживачів.

Аксиоматичні моделі споживчого вибору. Функції корисності та їх властивості. Моделі оптимального споживання. Порівняльний статичний аналіз поведінки споживачів. Функції попиту Маршала і Хікса та їх властивості. Теорема Слуцького. Моделі формування агрегованого попиту. Моделі з репрезентативними споживачами. Моделі з гетерогенними споживачами. Залишок споживачів; компенсаційна та еквівалентна варіації. Економетричні моделі попиту.

Тема 3. Моделювання поведінки виробників.

Виробничі функції та їх властивості. Ефект масштабу. Витрати виробництва на короткостроковому і довгостроковому інтервалі часу. Лема Шепарда. Визначення оптимального обсягу виробництва. Функція пропозиції та її властивості. Функції попиту на фактори виробництва.

Тема 4. Моделі економічної рівноваги.

Структури ринку. Конкурентні ринки. Короткострокова та довгострокова конкурентна рівновага. Теореми о добробуті. Монопольні ринки. Визначення оптимального обсягу виробництва в умовах монополії. Стратегії цінової дискримінації. Нелінійне ціноутворення. Двочасткові тарифи.

Тема 5. Теоретико-ігрові моделі економічних систем.

Основні поняття некооперативної теорії ігор. Рівновага Неша. Рівновага в загрозах та контрзагрозах. Олігопольні ринки. Моделі олігополії Курно, Бертрана, Штакельберга, Крепса-Шенкмана. Монополістична конкуренція. Модель Діксіта-Штігліца. Модель Хотелінга.

Тема 6. Моделювання вибору в умовах невизначеності.

Вибір альтернатив в умовах невизначеності. Теорія очікуваної корисності Фон Неймана-Моргенштерна. Економічні ризики. Роль страхових та фінансових ринків. Моделі поведінки економічних суб'єктів в умовах асиметричної інформації.

Тема 7. Прикладні математичні моделі фінансово-економічних процесів.

Моделі динаміки фінансових активів у дискретному та нерозривному часі. Моделі інфляції. Взаємозв'язок між ризиком та доходністю активів. Зниження

ризик за рахунок формування портфельів інвестицій. Арбітражна модель ціноутворення на фінансові активи.

Тема 8. Моделювання макроекономічних процесів.

Моделі міжгалузевго балансу. Традиційні макроекономічні моделі. Динамічні моделі економічного розвитку. Модель Солоу-Свана. Динамічні нелінійні моделі

Розділ 4. Економічна кібернетика

Тема 1. Основні поняття економічної кібернетики

Тема 2. Інформація та її роль в економіці

Тема 3. Основні поняття теорії систем

Тема 4. Методи аналізу лінійних систем

Тема 5. Управління в соціально-економічних системах

Тема 6. Динамічні моделі ринкової рівноваги

Тема 7. Динамічні моделі в фінансах

Тема 8. Моделі ціноутворення на фінансові активи

Тема 9. Модель Солоу та інші динамічні макроекономічні моделі

Тема 10. Моделювання нелінійних процесів в соціально-економічних системах

Тема 11. Принципи та класифікація задач оптимального управління

Тема 12. Оптимальне управління на фіксованому інтервалі часу. Метод зворотної індукції

Тема 13. Оптимальне управління на нескінченному інтервалі часу. Метод динамічного програмування

Тема 14. Обчислювальні аспекти методу динамічного програмування

Тема 15. Теорія очікуваної корисності (ТОК) фон Неймана-Моргенштерна

Тема 16. Управління ризиками на базі ТОК

Тема 17. Застосування ТОК до аналізу фінансових ринків

Тема 18. Управління в умовах асиметричної інформації

Тема 19. Організаційні механізми та їх оптимізація

Розділ 5. Інформаційні системи

Тема 1. Інформаційні системи. Інформаційні системи і технології: основні визначення. Місце інформаційної системи в системі управління. Економічна інформація: її структура, характеристики, особливості. Електронний документообіг. Класифікація ЕІС. Структура, рівні і функції управління економічною системою. ЕІС різних рівнів управління. Інтелектуальні інформаційні системи. Склад і структура інформаційних систем.

Тема 2. Інформаційні системи в мережах. Історія розвитку, цілі і завдання. Локальні мережі. Технології розподіленого зберігання і обробки даних.

Тема 3. Інформаційна безпека ЕІС. Причини порушення безпеки. Способи і засоби захисту інформації. Ідентифікація, аутентифікація і авторизація користувача. Перевірка повноважень і представлення даних. Шифрування. Адміністрування бази даних ІС. Цілісність даних, умови

цілісності. Обробка транзакцій, ведення журналу (протоколу) транзакцій. Контроль паралельної обробки. Відновлення бази даних ІС.

Тема 4. Проектування ЕІС. Тенденції розвитку ІТ в проектуванні ЕІС. Життєвий цикл (ЖЦ) ПО ІС, моделі ЖЦ. Консалтинг в області ІС і ІТ: цілі та етапи розробки консалтингових проектів. Аналіз вимог і планування робіт. Обстеження діяльності підприємства, що автоматизується (організації). Побудова моделей діяльності організації. Побудова репозитарію. Розробка системного і технічного проектів. Існуючі підходи до проектування ІС Суть і засоби структурного аналізу. Співвідношення функціональної і інформаційної моделей при проектуванні ІС. Зіставлення і взаємозв'язок структурного і об'єктно-орієнтованого підходів в проектуванні ІС. CASE-засоби автоматизації методологій структурного системного аналізу і проектування.

Тема 5. Моделювання динамічних процесів. Балансні моделі. Перехідні процеси: термінологія, класифікація, графічна ілюстрація. Моделювання динамічних процесів із застосуванням середовища Simulink. Динамічні моделі в екології. Динамічні моделі в економіці.

Розділ 6. Політична економія

Тема 1. Предмет та метод політичної економії.

Суспільство та економіка. Економічні ресурси та економічний механізм. Проблема ефективності функціонування економіки. Метод політичної економії.

Тема 2. Економічні системи та власність.

Сутність та основні типи економічних систем. Власність: економічний зміст та форми. Трансформація власності в Україні.

Тема 3. Товарне виробництво та ринок.

Загальні основи товарного виробництва. Ринок та його функції. Види та моделі ринку. Попит. Закон попиту. Крива попиту. Детермінанти попиту. Еластичність попиту. Пропозиція. Закон пропозиції. Крива пропозиції. Детермінанти пропозиції. Еластичність пропозиції. Ринкова рівновага та фактори її порушення. Визначення ціни товару. Гроші: сутність, функції, роль у ринковому господарстві. Ринкова інфраструктура та її становлення в Україні.

Тема 4. Теорія виробництва. Підприємство та фірма в економічній системі.

Підприємство та підприємницьке середовище. Роль виробничого підприємства в економічній системі. Виробнича функція та проблема ефективності використання ресурсів. Виробничі витрати: сутність, види, розрахунок. Прибуток та рентабельність.

Тема 5. Конкуренція та монополія.

Ринок досконалої конкуренції: характеристика ринку та виробника, який намагається максимізувати прибуток. Монопольний ринок: характеристика ринку та виробника, який намагається максимізувати прибуток. Соціально-економічні наслідки монополізації ринку. Монополістична конкуренція: характеристика ринку. Реклама як засіб стимулювання збуту. Олігополія: характеристика ринку; моделі ціноутворення.

Тема 6. Прибутки та їх розподіл

Теоретичні концепції джерел прибутків та принципів їх розподілення (концепція трудової вартості та доданої вартості; концепція граничної продуктивності ресурсів). Особливості формування прибутків на ринках різних економічних ресурсів. Джерела та принципи розподілення заробітної плати у відповідності до концепції трудової вартості та доданої вартості, а також концепції граничної продуктивності ресурсів. Джерела підприємницького доходу та прибутку, відсотка, ренти на базі концепції трудової вартості та доданої вартості, а також концепції граничної продуктивності ресурсів. Роль нерівності розподілу доходів у функціонуванні економіки. Крива Лоренца. Коефіцієнт Джині.

Тема 7. Гроші. Банки. Фінанси.

Гроші та грошовий обіг. Кредитна система и її функціонування. Фінанси та Державний бюджет. Податки та оподаткування. Інфляція.

Тема 8. Суспільне відтворення та економічне зростання.

Економічна сутність процесу відтворення у суспільному масштабі. Оцінка результатів відтворення. Макроекономічна рівновага та її забезпечення. Порушення макроекономічної рівноваги. Економічний цикл та його фази. Економічне зростання: закономірності та національні проблеми.

Тема 9. Держава в економічній системі.

Необхідність, межі та методи державного втручання в економічні процеси. Основні напрямки державного регулювання економіки. Особливості державного впливу на економіку України у трансформаційний період.

Тема 10. Світове господарство та закономірності його розвитку.

Світове господарство: поняття, еволюція, організаційні форми, принципи економічного обміну. Форми зв'язків між учасникам світового господарства.

Розділ 7. Мікроекономіка

Тема 1. Предмет та метод мікроекономіки

Предмет мікроекономіки. Суб'єкти мікроекономічних процесів. Цілі, обмеження та раціональний вибір. Метод мікроекономіки.

Тема 2. Теорія граничної корисності та поведінка споживача

Поняття корисності. Сукупна та гранична корисність. Закон спадної граничної корисності. Кардиналістська теорія поведінки споживача. Кардиналістська функція попиту на благо.

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

Система переваг споживача та її основні гіпотези. Криві байдужості та їх властивості. Бюджетні обмеження та можливості споживача. Оптимальний споживчий вибір.

Тема 4. Моделювання поведінки споживача на ринку товарів

Індивідуальний попит та споживчий надлишок. Зміна стану споживача зі зміною його бюджету. Формування кривої “дохід — споживання”. Зміна стану споживача зі зміною цін товарів. Формування кривої “ціна — споживання”.

Тема 5. Підприємство як виробнича система

Підприємство у ринковій системі. Фактори виробництва. Виробнича функція.

Тема 6. Виробничі витрати та оптимальний обсяг виробництва

Виробничі витрати: сутність, види, розрахунок. Оптимум товаровиробника та його різновиди. Функція індивідуальної пропозиції. Розширення виробничої діяльності підприємства у короткому та довгому часових інтервалах.

Тема 7. Ринковий попит та ринкова пропозиція. Рівновага локальних ринків

Ринковий попит, його детермінанти та еластичність. Ринкова пропозиція, її детермінанти та еластичність. Рівновага ринку: можливість, види, фактори порушення.

Тема 8. Оцінка та прогнозування наслідків зміни ринкових умов

Оцінка та прогнозування зміни ринкових змінних. Оцінка та прогнозування наслідків державного регулювання ринку.

Тема 9. Поведінка економічних суб'єктів на ринку досконалої конкуренції

Характеристика ринку досконалої конкуренції. Ринковий попит та ринкова пропозиція. Структура ринку у короткому часовому інтервалі. Рівновага фірми та ринку у довгому часовому інтервалі.

Тема 10. Поведінка економічних суб'єктів на монопольному ринку

Характеристика монопольного ринку. Поняття та вимірювання ступеня ринкової влади. Максимізація прибутку монополією. Диверсифікація цін: поняття та методи.

Тема 11. Поведінка економічних суб'єктів на ринку монополістичної конкуренції

Характеристика ринку монополістичної конкуренції. Ціноутворення за умов монополістичної конкуренції. Методи стимулювання попиту.

Тема 12. Поведінка економічних суб'єктів на ринку олігополії

Характеристика ринку – олігополії. Олігопольний ринок гомогенного блага. Олігопольний ринок гетерогенного блага.

Тема 13. Поведінка економічних суб'єктів на ринку економічних ресурсів.

Основні характеристики та особливості ринків економічних ресурсів. Ринок праці та його моделі. Ринок природних ресурсів. Ринок капіталу. Капітал: поняття та види. Інновації, їх технічний та економічний потенціал. Ризики інноваційних проектів.

Розділ 8. Макроекономіка

Тема 1. Вступ до макроекономіки. Метрологія макроекономічних процесів. Предмет макроекономіки. Вимір результатів економічної діяльності. Макропоказники. Індекси. Макроекономічні моделі. Модель кругових потоків. Модель міжгалузевого балансу.

Тема 2. Ринок товарів та його рівновага. Ринок товарів і його складові. Сукупний попит і фактори, що його визначають. Сукупна пропозиція та її детермінанти. Умови і моделі рівноваги ринку товарів. Фактори порушення рівноважного стану ринку. Мультиплікаційні ефекти.

Тема 3. Ринок грошей та його рівновага. Грошове господарство сучасної економіки. Пропозиція грошей. Попит на гроші і фактори, що його визначають. Рівновага ринку грошей.

Тема 4. Ринок праці та сукупна пропозиція. Попит на працю і фактори його формування. Пропозиція праці. Рівновага ринку праці та безробіття.

Тема 5. Загальна економічна рівновага. Макроекономічна рівновага: сутність, критерії, моделі. Неокласична модель макроекономічної рівноваги. Кейнсіанська модель макроекономічної рівноваги. Неокласичний синтез.

Тема 6. Теорія економічних циклів. Поняття економічного циклу і його параметри. Моделі економічних циклів: Моделі взаємодії мультиплікатора і акселератора; Монетарна концепція економічних циклів; Модель Калдора; Економічний цикл як результат боротьби за розподіл національного доходу. Модель Крафта-Вайзе.

Тема 7. Рівновага та економічне зростання. Економічне зростання: сутність, чинники, типи. Рівновноважне економічне зростання у відсутності технічного прогресу. Технічний прогрес та економічне зростання.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ТА ЗАВДАНЬ ДЛЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Типові тести та завдання

Розділ 1. Дослідження операцій

1. Скласти економіко-математичну модель задачі.

На підприємстві для виробництва двох видів продукції використовується 2 види ресурсів. У таблиці наведені витрати кожного виду ресурсу на виготовлення одиниці кожного виду продукції, запаси кожного виду ресурсів, а також доходи від реалізації одиниці кожного виду продукції. Скласти план випуску продукції, що забезпечує підприємству максимальний прибуток від реалізації всієї продукції.

Таблиця – Вихідна інформація задачі

Вид ресурсу	Необхідна кількість одиниць ресурсу на одиницю продукції		Запас ресурсу
	P_1	P_2	
S_1	2	1	8
S_2	1	2	10
Прибуток від реалізації одиниці продукції	1	1	

2. Привести до канонічної форми завдання лінійного програмування

$$\max z = 5x_1 + 2x_2;$$

$$\begin{cases} 3x_1 + x_2 \leq 5, \\ -x_1 + 3x_2 \geq 9, \end{cases}$$

$$x_1, x_2 \geq 0.$$

3. Графічним методом вирішити завдання лінійного програмування

$$\max z = x_1 + x_2;$$

$$\begin{cases} 2x_1 + x_2 \leq 8, \\ x_1 + 2x_2 \leq 10, \end{cases}$$

$$x_1, x_2 \geq 0.$$

4. Вирішити завдання лінійного програмування симплексним методом

$$\begin{aligned} \max z &= 2x_1 + 4x_2; \\ \begin{cases} 3x_1 + 5x_2 \leq 40, \\ 2x_1 + x_2 \leq 15, \\ 4x_1 + x_2 \leq 28, \end{cases} \\ x_1, x_2 &\geq 0. \end{aligned}$$

5. Побудувати двоїсту задачу до задачі лінійного програмування в симетричній формі

$$\begin{aligned} \min z &= 2x_1 - 2x_2; \\ \begin{cases} -x_1 + 2x_2 \geq -2, \\ -2x_1 + x_2 \leq 2, \\ x_1 + x_2 \leq 5, \end{cases} \\ x_1, x_2 &\geq 0. \end{aligned}$$

6. Знайти умовні екстремуми функцій методом Лагранжа

$$z = 4x_1 + x_1^2 + 8x_2 + x_2^2 \text{ за умови } x_1 + x_2 = 180, x_1, x_2 \geq 0.$$

7. Графічним методом вирішити задачу нелінійного програмування

$$\begin{aligned} \max(\min) z &= (x_1 - 4)^2 + (x_2 - 3)^2; \\ \begin{cases} 2x_1 + 3x_2 \geq 6, \\ 3x_1 - 2x_2 \leq 18, \\ -x_1 + 2x_2 \leq 8, \end{cases} \\ x_1, x_2 &\geq 0. \end{aligned}$$

8. Користуючись критеріями Вальда і Гурвіца ($\alpha = 0.6$) вибрати оптимальну стратегію для наступних даних

	Π_1	Π_2	Π_3
A_1	20	30	15
A_2	75	20	35
A_3	25	80	25
A_4	85	5	45

9. Інтенсивність потоку відмовлень системи дорівнює λ , інтенсивність потоку відновлень - μ . При якому співвідношенні між λ і μ коефіцієнт готовності системи не нижче 0.8 ?

10. На вхід 2-канальної СМО з відмовленнями надходить пуассонівський потік інтенсивністю $\lambda = 3$ заявок/мин. Інтенсивність обслуговування - $\mu = 1$ заявки/мин. За кожну обслуговану заявку система одержує плату: $\Pi = 7$ грн. За кожну необслуговану заявку система платить штраф: $\Pi = 4$ грн. Вартість експлуатації каналу в одиницю часу дорівнює: $\Theta = 3$ грн. Визначити ефективність роботи системи.

11. Для заданої платіжної матриці $\begin{pmatrix} 4 & 2 & 3 \\ 6 & 1 & -1 \\ 9 & -2 & -5 \end{pmatrix}$ визначити нижню чисту ціну

гри.

- 1) 2
- 2) 1
- 3) -5
- 4) -1

12. Верхня чиста ціна гри з платіжною матрицею $\|a_{ij}\|_{m \times n}$ визначається:

- 1) $\beta = \min_j \max_i a_{ij}$
- 2) $\beta = \min_i \max_j a_{ij}$
- 3) $\beta = \min_i \min_j a_{ij}$
- 4) правильна відповідь не наведена

13. В матричній грі точна нижня ціна гри α і точна верхня ціна гри β перебувають у залежності

- 1) $\alpha > \beta$;
- 2) $\alpha \geq \beta$;
- 3) $\alpha < \beta$;
- 4) $\alpha \leq \beta$.

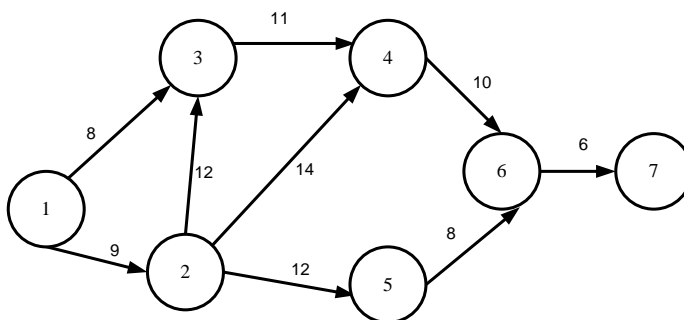
14. Якщо до всіх елементів платіжної матриці матричної гри додати будь-яке число, то

- 1) оптимальні змішані стратегії змінюються;
- 2) оптимальні змішані стратегії не змінюються;
- 3) ціна гри не зміниться;
- 4) вірна відповідь не наведена.

15. Сіткова модель має відповідати наступним вимогам:

- 1) має бути лише одна початкова та кінцева подія;
- 2) може бути кілька початкових подій та лише одна кінцева подія;
- 3) мають бути відсутніми цикли у сітковому графі;
- 4) правильна відповідь 1 та 3;
- 5) правильна відповідь 2 та 3.

16. Вкажіть резерв часу для п'ятої події



- 1) 13
- 2) 0
- 3) 14
- 4) 9

17. Критичний шлях сіткового графіка це:

- 1) усереднений на кількість днів шлях між початковою і кінцевою подією;
- 2) шлях найменшої протяжності між вихідною і завершальною подіями;
- 3) найдовший повний шлях;
- 4) найкоротший повний шлях.

Розділ 2. Економетрія

1. Коефіцієнт регресії b_1 кореляційно-регресійної моделі показує:

- 1) приріст результуючої змінної при збільшенні факторної ознаки на одиницю
- 2) приріст факторної ознаки при збільшенні результуючої змінної на одиницю
- 3) середнє значення факторної ознаки при нульовому значенні результуючої змінної
- 4) середнє значення результуючої змінної при нульовому значенні факторної ознаки

2. Що характеризує вільний член парної лінійної кореляційно-регресійної моделі?

1) середнє значення результуючої змінної при нульовому значенні факторної ознаки

- 2) наявність зв'язку між змінними
- 3) розсіювання результуючої змінної
- 4) середнє значення факторної ознаки

3. Припущення кореляційно-регресійного аналізу про відсутність автокореляції між випадковими величинами можна записати так:

- 1) $\text{cov}(\varepsilon_j) = C$
- 2) $E\varepsilon_i/x_i = 0$
- 3) $\text{cov}(\varepsilon_i) = C, i = \overline{1, n}$
- 4) $D\varepsilon_i/x_i = \sigma^2, i = \overline{1, n}$

4. Що розуміють під специфікацією моделі?

1) вибір форми залежності між результуючою змінною і факторною ознакою та врахування всіх значущих факторних ознак

2) існування лінійної залежності між факторною ознакою та результуючою змінною

- 3) визначення тісноти зв'язку між змінними
- 4) визначення стандартної похибки моделі

5. Для тестування наявності автокореляції у малих вибірках використовують:

- 1) критерій Дарбіна-Уотсона
- 2) критерій фон Неймана
- 3) критерій Фішера
- 4) відношення детермінації

6. У вибірці відсутня автокореляція, якщо значення критерію Дарбіна-Уотсона попало на відрізок:

- 1) $(0, d_l)$
- 2) $(d_u, 4-d_u)$
- 3) $(4-d_l, 4)$
- 4) $[4-d_u, 4-d_l]$

7. Поясненим відхиленням результуючої змінної називають:

1) відхилення фактичного значення результуючої змінної від її теоретичного значення

2) відхилення фактичного значення результуючої змінної від її середнього значення

3) відхилення теоретичного значення результуючої змінної від її середнього значення

4) відхилення фактичного значення результуючої змінної від середнього значення факторної ознаки

8. Перевірку нульових гіпотез в економетрії використовують:

- 1) для перевірки моделі на наявність автокореляції
- 2) для визначення індивідуальних похибок
- 3) для визначення статистичної значущості зв'язку
- 4) для побудови довірчих інтервалів для параметрів моделі

Розділ 3. Моделювання економіки

1) В моделі міжгалузевого балансу Леонтєва вважається, що:

а) пропорції між секторами економіки залишаються постійними незалежно від рівня кінцевого попиту;

б) технологія виробництва характеризується зростаючим ефектом масштабу;

в) всі сектори економіки отримують нульовий економічний прибуток;

г) вірні всі три відповіді а, б, в;

д) невірна жодна з відповідей а, б, в.

2) Компенсаційна варіація - це:

а) зміна залишку споживачів внаслідок зміни цін;

б) розмір компенсації, яку повинен отримати споживач, щоб його рівень життя залишився незмінним, незважаючи на зміну цін;

в) зміна рівня корисності споживача внаслідок зміни цін;

г) варіація в рівні доходів споживачів.

3) В моделі з двома товарами при субнормальному товарі y , зниження цін на товар x наводить до:

а) скорочення споживання товару y ;

б) підвищення споживання товару y ;

в) недостатньо даних для відповіді.

4) Виробнича функція $Q = L^{1/3} K^{1/3}$ характеризується:

а) позитивним ефектом масштабу;

б) негативним ефектом масштабу;

в) постійним ефектом масштабу;

г) недостатньо даних для відповіді.

5) Якщо у грі двох осіб у обох гравців є домінуючі стратегії, то їхні рівноважні виграші повинні бути вище, ніж при будь-якому іншому результаті гри.

а) так;

б) ні.

6) При використанні лінійного тарифу оптимальний розмір фіксованої плати повинен відповідати:

а) граничним витратам підприємства;

б) граничній корисності споживача;

в) розміру залишку споживачів;

г) недостатньо даних для відповіді.

7) На ринку працюють два підприємства із ринковими долями $1/3$ и $2/3$.

Значення індексу Херфіндела-Хіршмана для цього ринку складає:

а) $1/2$;

б) 1 ;

в) $2/9$;

г) $5/9$;

д) недостатньо даних для відповіді.

8) Еластичність попиту за доходами споживачів завжди:

а) більше нуля;

б) менше нуля;

в) дорівнює нулю;

г) недостатньо даних для відповіді.

9) Нехай функція витрат споживача задається формулою $e(p_x, p_y, u) = 2u\sqrt{p_x p_y}$.

Тоді функція попиту за Хіксом на товар x задається формулою:

а) $u\sqrt{p_y/p_x}$;

б) $u\sqrt{p_x/p_y}$;

в) $u/(2p_x)$;

г) недостатньо даних для відповіді.

10) Яка із наведених нижче функцій корисності задовольняє неокласичним припущенням щодо поведінки споживачів?

1. $U(x, y) = \sqrt{x - y}$; 2. $U(x, y) = 0.2 \ln x + \ln y$; 3. $U(x, y) = xy^2$.

а) 1, 2 і 3;

б) 2;

в) 3;

г) 2 і 3;

д) жодна із наведених функцій не задовольняє неокласичним припущенням.

11) Якщо при певному обсязі виробництва продукції граничні витрати підприємства вище середніх, то середні витрати виробництва в цій точці:

а) зростають;

б) зменшуються

в) максимальні;

г) мінімальні;

д) недостатньо даних для відповіді.

12) Функція повних витрат виробництва для підприємства, що працює на конкурентному ринку, задається формулою $C(q) = F + cq^2$. Знайти рівень цін, при якому ринок буде знаходитись в стані довгострокової рівноваги.

13) Попит на футболки в містах А і В однаковий і задається кривою попиту $P = 100 - Q$ при собівартості однієї футболки в 40 грн. Однак ринок в місті А конкурентний, а в місті В обслуговується монополією. Припустимо, що зростання цін на текстиль навело до підвищення собівартості до 60 грн. В якому місті відбудеться більше зростання цін на футболки?

14) На ринку знаходиться 200 виробників з однаковою функцією повних витрат виробництва $C(Q) = 4 + 4Q + Q^2$. Попит на продукцію складає $Q(P) = 1800 - 100P$. Знайти точку рівноваги на короткостроковому інтервалі часу.

15) Розглянемо дуополію Курно із наступними параметрами: попит на продукцію дорівнює $Q(p) = 100 - 2p$; повні витрати виробництва для обох підприємств описуються функцією $C(q) = q^2$. Знайти функцію реакції для кожного підприємства і рівновагу Курно-Неша.

Розділ 4. Економічна кібернетика

1. Довести, що якщо всі можливі стани системи рівно ймовірні, то ентропія системи за Шенноном співпадатиме із ентропією системи за Хартлі.

2. Попит на продукцію підприємства-монополіста задається функцією $Q=a-P$, де a – випадкова величина, яка може прийняти значення 10 чи 20 із рівною імовірністю. Повні витрати підприємства дорівнюють нулю. Знайти ціну та обсяг виробництва, які забезпечать підприємству максимальний очікуваний прибуток. Визначити максимальну вартість маркетингового дослідження, яке б встановило справжнє значення a до прийняття рішення про обсяг виробництва.

3. Накопичувальна програма в банку базується на регулярних внесках, спрямованих на досягнення бажаної суми грошів до певного моменту часу. Визначити розмір щомісячного внеску, необхідного, щоб накопичити 20000грн. протягом 5 років, якщо банк щомісячно нараховує на баланс вкладу складні відсотки, виходячи із депозитної ставки 12% річних.

4. Однопродуктова динамічна модель Леонтьєва описується рівняннями

$$Y_t = Z_t + I_t + C_t;$$

$$Z_t = aY_t; I_t = b\Delta Y_t; \Delta Y_t = Y_{t+1} - Y_t,$$

де Y_t – ВВП, Z_t – промислове виробництво (витрати на виготовлення продукції); C_t – непромислове споживання, I_t – інвестиції. Знайти рівень ВВП у стаціонарному стані, якщо $C_t = C = const$. Яким обмеженням повинні задовольняти змінні a, b , щоби стаціонарний рівень ВВП був позитивним?

5. Знайти оптимальну норму збережень в моделі Солоу для виробничої функції $F(L, K) = \sqrt{LK}$.

6. Знос автобусу визначається його повним пробігом з початку експлуатації x . Місячна вартість обслуговування автобусу із пробігом x дорівнює $c(x)$, $c'(x) \geq 0$. Кожен місяць приймається рішення: залишити автобус в експлуатації або замінити його на новий, вартістю P . Місячний пробіг автобуса дорівнює випадковій величині $d \sim U[0, d_{\max}]$. Коефіцієнт дисконтування дорівнює β . Скласти рівняння Беллмана для прийняття рішення про зміну автобуса, яке б мінімізувало повні очікувані експлуатаційні витрати

7. Безробітний шукає роботу. Кожний період часу він отримує пропозицію з рівнем заробітної платні w . Пропозиції різних періодів незалежні і рівномірно розподілені на інтервалі $[0, W]$. Якщо пропозиція відхиляється, то в поточному періоді безробітний отримує фінансову допомогу у розмірі u . Безробітний намагається отримати максимальний очікуваний дисконтований дохід. Коефіцієнт дисконтування дорівнює β . Скласти рівняння Беллмана для прийняття рішення про прийняття пропозиції роботи та охарактеризувати стратегію пошуку працевлаштування.

8. Існує 25%-шанс, що ОПР з активами в 10000 грн. понесе втрати у розмірі 3600 грн. Функція корисності ОПР задається формулою $u(w) = \sqrt{w}$. Знайти очікувану корисність ОПР. Яку максимальну суму ОПР погодиться сплатити страховку, яка б повністю відшкодувала його можливі втрати?

9. Для функції корисності $U(w) = \sqrt{w}$ визначити коефіцієнти абсолютного та відносного ухилення від ризику Ерроу-Пратта.

10. Функція корисності фермера задається формулою $u(w) = \ln w$. Фермер вважає, що з рівною імовірністю наступний сезон може бути нормальним або посушливим. Якщо фермер засіє поле лише однією культурою, то його очікуваний дохід в залежності від сезону описується наступною таблицею:

Культура	Нормальний сезон, тис.грн.	Посушливий сезон, тис.грн.
Пшениця	22	10
Кукурудза	16	14

Фермер може також засіяти поле обома культурами (тобто відвести частину поля α під пшеницю, а $(1-\alpha)$ – під кукурудзу). Знайти оптимальне значення α .

Розділ 5. Інформаційні системи

1. Основні складові автоматизованої інформаційної системи .
2. Етапи розвитку інформаційних систем.
3. У чому полягає незалежність даних і програмного забезпечення в ІС з БД?
4. Специфіка економічної інформації за способами обробки і представлення.
5. Економічні показники, реквізити, документи як складові економічної інформації.
6. Особливості інтелектуальних інформаційних систем.
7. Складові забезпечення роботи інформаційної системи.
8. Технологія «клієнт-сервер», розподіл функцій з обробки інформації.
9. Схеми організації даних в залежності від розміщення даних.
10. Цілі розподілених БД і вимоги до них.
11. Централізована і децентралізована організації даних . Фрагментація. Реплікація . Поширення оновлень.
12. Причини порушення безпеки інформаційних систем.
13. Способи та засоби захисту інформації.
14. Основні завдання адміністрації бази даних.
15. Транзакція . Протокол транзакцій.
16. Правила паралельної обробки транзакцій. Проблема взаємоблокування.
17. Протоколювання з відкладеними і з негайними оновленнями.
18. Відновлення стану системи після збою.
19. Етапи життєвого циклу інформаційних систем. Моделі життєвого циклу.
20. Зміст і призначення бізнес-консалтингу.
21. Етапи проектування ІС.
22. Обстеження діяльності і побудова моделей діяльності організації.
23. Сутність і засоби структурного підходу до проектування ІС.
24. Перехідні процеси: термінологія, класифікація, графічна ілюстрація.
25. Динамічні процеси в економіці, методи і засоби їх моделювання.

Розділ 6. Політична економія

1. Економічна система: поняття та складові елементи. Економічні ресурси та економічний механізм. Види ресурсів.
2. Обмеженість економічних ресурсів і проблема вибору.
3. Крива виробничих можливостей: сутність, умови побудови, характеристики, сфера застосування.
4. Принципи диференціації економічних систем. Типи економічних систем та їх характеристики.
5. Поняття власності та його елементи. Форми власності. Роль пануючої форми власності у формуванні характерних рис економічної системи.

6. Товарне виробництво - основа економічних систем ринкового типу. Поняття товарного виробництва, його еволюція .
7. Сутність і функції ринку.
8. Структура ринку. Поняття інфраструктури та її особливості в умовах різних ринків.
9. Товарна біржа. Види угод, що укладаються на товарній біржі .
10. Цінні папери: поняття, основні види, характеристики. Функціонування фондової біржі. Біржові індекси.
11. Моделі товарного ринку та їх характеристики. Диференціація моделей ринку за ступенем конкурентності (ступеня ринкової влади).
12. Попит. Закон попиту. Крива попиту. Детермінанти попиту.
13. Пропозиція. Закон пропозиції. Крива пропозиції. Детермінанти пропозиції.
14. Поняття еластичності попиту. Коефіцієнт еластичності попиту за ціною: економічна сутність і розрахунок.
15. Поняття еластичності пропозиції. Коефіцієнт еластичності пропозиції за ціною : економічна сутність і розрахунок.
16. Ринкова рівновага: поняття і чинники порушення.
17. Формування ціни товару споживачем: корисність і запас. Закон убунання граничної корисності .
18. Формування ціни товару з позицій виробника. Теорія трудової вартості і додаткової вартості . Теорія граничної продуктивності економічних ресурсів .
19. Гроші: поняття, функції, еволюція.
20. Підприємство і фірма в економічній системі.
21. Виробнича функція: поняття, формальне подання.
22. Закон убунання граничної продуктивності економічних ресурсів і межі його дії.
23. Економічні витрати : поняття, види , розрахунок.
24. Середні витрати і ефект масштабу.
25. Граничні витрати і граничний дохід. Принцип визначення обсягу виробництва, що максимізує прибуток .
26. Прибуток і його роль у функціонуванні підприємства. Прибуток бухгалтерський, нормальний та економічний.
27. Показники ефективності функціонування підприємства.
28. Ринок досконалої конкуренції: поняття, характеристики. Принцип визначення ринкової ціни.
29. Способи визначення обсягу виробництва, що дозволяє максимізувати прибуток або мінімізувати збитки. Алгоритм застосування кожного способу.
30. Ринок монополії: поняття, характеристики, принцип визначення ринкової ціни. Наслідки монополізації ринку. Державна антимонопольна політика.
31. Ринок монополістичної конкуренції: характеристика, відмінні риси, принцип визначення ринкової ціни. Реклама у функціонуванні даного ринку.
32. Ринок олігополії: характеристика, особливості поведінки виробників, що вступили і не вступили в таємну змову.
33. Основні теоретичні концепції джерел доходів та принципів їх розподілу.
34. Види доходів та їх характеристика.
35. Нерівність в розподілі доходів, його економічні та соціальні наслідки. Крива Лоренца і її характеристика.
36. Гроші: сутність, еволюція, роль у функціонуванні ринкового господарства.

37. Попит на гроші: поняття і структура.
38. Пропозиція грошей: джерела та механізм. Види грошово -кредитної політики.
39. Умови рівноваги ринку грошей. Роль банківського відсотка у функціонуванні економіки.
40. Кредитна система: поняття, структура, функціонування. Функції Нацбанку. Основні операції комерційних банків. Інструменти регулювання Нацбанком діяльності комерційних.
41. Фінанси: поняття, фінансова система, державний бюджет, його доходи та витрати. Дефіцит і профіцит Державного бюджету. Методи фінансування дефіциту.
42. Податки : поняття, види , функції. Крива Лаффера та її характеристика.
43. Інфляція: поняття, причини, види, вимірювання, наслідки.
44. Антиінфляційна політика держави: стратегія і тактика.
45. Відтворення в масштабах суспільства і оцінка його результатів. ВВП, ЧНП, НД і проч.
46. Розрахунок ВВП по потоках доходів і витрат.
47. Зайнятість і безробіття. Причини безробіття, вимір, види, наслідки, політика зайнятості. Вплив величини безробіття на величину ВВП (закон Оукена).
48. Сукупний попит і сукупна пропозиція: поняття, детермінанти, співвідношення. Умови макроекономічної рівноваги.
49. Фактори порушення макрорівноваги. Циклічність економічних процесів.
50. Економічний цикл і його фази. Характеристика фаз циклу.
51. Економічне зростання: поняття, види , фактори.
52. Необхідність і методи державного втручання в економічні процеси.
53. Світове господарство: поняття , форми світогосподарських зв'язків, їх характеристика і роль у функціонуванні національних економічних систем.

Розділ 7. Мікроекономіка

54. Кардиналістська теорія поведінки споживача. Визначення оптимальної структури споживання та функції індивідуального попиту.
55. Ординалістська теорія поведінки споживача. Основні гіпотези. Функція корисності. Крива байдужості: визначення, основні властивості, гранична норма заміщення товарів. Різновиди функцій корисності та відповідних кривих байдужості. Бюджетне рівняння та його графічна інтерпретація. Економічний зміст характеристик бюджетної лінії. Оптимальний вибір споживача: економічна, графічна та аналітична інтерпретація.
56. Зміна стану споживача за умов зміни його бюджету. Формування кривої “дохід – споживання” для різних видів товарів.
57. Зміна стану споживача за умов зміни цін товарів. Формування кривої індивідуального попиту (“ціна – споживання”). Ефект Слуцького-Хікса та його складові. Парадокс Гіффена.
58. Визначення ступеня ризику рішень споживача. Методи зменшення ризикованості його дій.
59. Підприємство як суб’єкт ринкових відносин. Фактори виробництва.
60. Виробнича функція. Виробнича функція у короткому часовому інтервалі. Валовий продукт, середній та граничний продукт змінного ресурсу: економічний зміст, графічна та аналітична інтерпретація. Еластичність обсягу виробництва за змінним економічним ресурсом. Закон “спадної” віддачі змінного ресурсу.
61. Виробнича функція у довгому часовому інтервалі. Ізокванта: визначення, основні властивості, гранична норма технічного заміщення економічних ресурсів.

Різновиди виробничих функцій та відповідні форми ізоквант. Ступенева виробнича функція.

62. Виробничі витрати: сутність, різновиди, розрахунок. Функція витрат та її графічна інтерпретація. Валові, середні та граничні витрати: економічний зміст та графічне представлення. Еластичність обсягу витрат за обсягом виробництва.

63. Оптимальна структура економічних ресурсів: економічний зміст, правила оптимізації для випадку мінімізації витрат та випадку максимізації прибутку.

64. Розвиток виробництва: сутність, види, особливості розширення виробництва у короткому та довгому часових інтервалах. Висновок із теореми Вікселя-Джонсона. Побудова кривої індивідуальної пропозиції виробника.

65. Ринковий попит: сутність, детермінанти, побудова функції. Пряма та перехресна цінова еластичність ринкового попиту. Еластичність за доходом. Графіки функцій Торнквіста.

66. Ринкова пропозиція: сутність, детермінанти, побудова функції. Пряма та перехресна цінова еластичність пропозиції. Еластичність пропозиції у різних часових інтервалах.

67. Ринкова рівновага: визначення, сталість за Вальрасом та Маршаллом. Фактори порушення ринкової рівноваги та аналіз їх дії. Аналіз наслідків введення по товарного податку у випадках різної еластичності попиту. Правило визначення зміни ринкової ціни при введенні по товарного податку.

68. Ринок досконалої конкуренції: загальна характеристика, структура ринку у короткому та довгому часових інтервалах.

69. Монопольний ринок: загальна характеристика, ринкова влада та її показники. Методи максимізації прибутку (встановлення монопольної ціни за правилом “великого пальця” та цінова дискримінація).

70. Ринок монополістичної конкуренції: загальна характеристика, визначення функцій мінімального та максимального попиту на продукцію виробника, характеристика стану ринку та фірми у короткому та довгому часових інтервалах. Методи стимулювання збуту.

71. Ринок – олігополія: загальна характеристика, особливості поведінки виробника у ринках гомогенного та гетерогенного благ. Модель Курно. Модель Штакельберга. Картель. Модель “ламаної кривої попиту”. Ціноутворення за лідером.

72. Особливості ринків економічних ресурсів. Умови максимізації ефективності використання економічного ресурсу.

Розділ 8. Макроекономіка

73. Сектори економіки та види їх економічної активності.

74. Єдність економічної системи. Модель кругових потоків.

75. Модель міжгалузевого балансу.

76. Макроекономічні параметри та їх характеристики. Індекси, їх побудова.

77. Сукупний попит на товарному ринку: сутність, структура, детермінанти.

78. Кейнсіанська функція споживчого попиту та її зв'язок з функцією збережень.

79. Кейнсіанська функція збережень. Збереження та інвестиції у кейнсіанській теорії.

80. Неокласична функція споживчого попиту.

81. Інвестиційний попит. Кейнсіанська та неокласична функції.

82. Попит закордонного сектора.

83. Сукупна пропозиція на ринку товарів: поняття, кейнсіанський та класичний відрізки кривої сукупної пропозиції.

84. Рівновага товарного ринку: поняття, модель “AD-AS”.
85. Рівновага товарного ринку: поняття, модель “Кейнсіанський хрест”.
86. Рівновага товарного ринку: поняття, модель “Інвестиції – Заощадження”.
87. Мультиплікативний ефект: поняття, простий мультиплікатор витрат та мультиплікатор Кейнса. Парадокс ощадливості. Мультиплікатор з урахуванням податку на доходи.
88. Мультиплікативні ефекти, породжені державою: державними витратами та сплатою податків. Податок як вбудований стабілізатор економічних процесів.
89. Мультиплікатори бюджетного дефіциту. Порівняльна характеристика. Роль у процесі державного регулювання економіки.
90. Гроші та їх роль в економіці. Грошові агрегати та їх характеристика.
91. Попит на гроші. Кількісна теорія попиту. Рівняння Фішера. Кембриджське рівняння.
92. Кейнсіанська теорія попиту на гроші. Мотиви переваг ліквідності. Ефект нейтральності грошей (Ефект Фішера).
93. “Портфельна” теорія попиту на гроші.
94. Грошові мультиплікатори та їх роль у регулюванні пропозиції грошей.
95. Пропозиція грошей та види грошово-кредитної політики.
96. Рівновага ринку грошей
97. Попит на працю: неокласичний підхід.
98. Попит на працю: кейнсіанський підхід.
99. Пропозиція праці.
100. Рівновага ринку праці: неокласичний підхід.
101. Рівновага ринку праці: кейнсіанський підхід.
102. Безробіття та виробництво валового національного продукту. Закон Оукена.
103. Оптимізація стану економіки. Діаграма Еджворта. Критерій оптимальності Парето.
104. Макроекономічна рівновага: поняття, неокласична модель.
105. Макроекономічна рівновага: поняття, кейнсіанська модель.
106. Макроекономічна рівновага: поняття, модель неокласичного синтезу.
107. Поняття економічного циклу та його параметри.
108. Економічний цикл. Модель Самуельсона-Хікса.
109. Економічний цикл: монетарна модель та характеристика фаз циклу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Акулич, И.Л. Математическое программирование в примерах и задачах: учеб. пособие / И.Л. Акулич. - СПб.: Лань, 2009. - 348 с. - ISBN 978-5-8114-0916-7.
2. Бережная, Е. В. Математические методы моделирования экономических систем: учеб. пособие для вузов / Е. В. Бережная, В. И. Бережной. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 368 с. - ISBN 5-279-02291-8.
3. Грешилов А.А. Прикладные задачи математического программирования. М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 1990, 189с.
4. Вентцель, Е. С. Исследование операций: задачи, принципы, методология: учеб. пособие для вузов / Е. С. Вентцель. - М.: Дрофа, 2004. - 208 с. - ISBN 5-7107-7770-6.
5. Исследование операций в экономике: учеб. пособие для вузов / под ред. Н.Ш. Кремера. - М.: ЮНИТИ, 2004. - 407 с. - ISBN 5-238-00636-5.

6. Карлберг К. Бизнес-анализ с помощью Excel / Пер. с англ. К.: Диалектика, 1997.
7. Карманов В.Г. Математическое программирование. М.: Наука, 1975, 272с.
8. Коршунова, Н.И. Математика в экономике / Н.И.Коршунова, В.С.Плясунов. - М.: Издательство «Вита - Пресс», 2001.- 368с. - ISBN 5-7755-0012-1.
9. Костевич, Л.С. Математическое программирование; Информ.технологии оптимальных решений: учеб.пособие / Л.С.Костевич.-Мн.: Новое знание, 2003.-424с. - ISBN 985-6516-83-8.
10. Красс, М. С. Математика для экономистов: учеб. пособие для вузов / М.С.Красс, Б. П. Чупрынов . - СПб. : Питер, 2005. - 464 с. - ISBN 5-94723-672-9.
11. Кузнецов, Б.Т. Математические методы и модели исследования операций: учеб.пособие / Б.Т.Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-390 с. - ISBN 5-238-00932-1.
12. Курицкий Б. Поиск оптимальных решений средствами Excel 7.0. СПб.: ВНУ Санкт-Петербург, 1997.
13. Кубонива М. и др. Математическая экономика на персональном компьютере / Пер. с яп. М.: Финансы и статистика, 1991.
14. Таха, Хемди А. Введение в исследование операций / Хемди А.Таха. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.- 912с. - ISBN 978-5-8459-0740-0.
15. Шапкин, А. С. Математические методы и модели исследования операций: учеб. для вузов / А. С. Шапкин, В. А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2009. - 397 с. - ISBN 978-5-394-00182-6.
16. Шелобаев, С. И. Математические методы и модели в экономике, финансах, бизнесе : учеб. пособие для вузов / С. И. Шелобаев. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. - 367 с. - ISBN 5-238-00113-4.
17. Экономико-математические методы и прикладные модели : учеб. пособие для вузов / под ред. В. В. Федосеева. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 391 с - ISBN 5-238-00068-5.
18. Экономико-математическое моделирование: учеб. / Под ред. И.Н.Дрогобыцкого. - М.: ЭКЗАМЕН, 2006. - 798 с - ISBN 5-472-01573-1.
19. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика и основы эконометрики: Учеб. для вузов. - М.: ЮНИТИ, 1998. - 1022 с.
20. Грубер Й. Економетрія: Вступ до множинної регресії та економетрії: В 2-ох т. – К.: Нічлава, 1998. – Т.1. – 384 с.
21. Грубер Й. Економетрія: Економічні прогнозні та оптимістичні моделі: В 2-ох т. – К.: Нічлава, 1999. – Т.2. – 308 с.
22. Джонстон Дж. Эконометрические методы. – М.: Статистика, 1980. – 444 с.
23. Доугерти К. Введение в эконометрику: Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 402 с.
24. Єлейко В. Основи економетрії. У 2 ч. Частина 1. – Львів: ТЗОВ”МАРКА ЛТД”, 1995. – 192с.
25. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 170 с.
26. Здрок В. В. Прикладна економетрика. У 2-х ч. Частина 1. Симультаивні моделі: Навчальний посібник. – Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2004. – 112 с.
27. Здрок В.В., Лагоцький Т.Я. Прикладна економетрія. У 2-х ч. Частина 2. Дистрибутивно-лагові та авторегресивні моделі: Навчальний посібник. – Л.: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2005. – 184 с.

28. Кічор В. П. та ін. Економіко-статистичне моделювання і прогнозування: Навчальний посібник / В. П. Кічор, Р. В. Фещур, В. В. Козик, С. Н. Воробець, Н. Є. Семченко. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2007. – 156 с.
29. Клебанова Т.С., Иванов В.В., Дубровина Н.А. Методы прогнозирования: Учебное пособие. – Х., 2002. – 372 с.
30. Корольов О.А. Економетрія: Навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2000. – 660 с.
31. Лук'яненко І.Г., Краснікова Л.І. Економетрика: Підручник. – Київ: Товариство „Знання”, КОО, 1998. – 494 с.
32. Лук'яненко І.Г., Краснікова Л.І. Економетрика: Практикум з використанням комп'ютера. – К.: "Знання", КОО, 1998. – 217 с.
33. Наконечний С.І., Терещенко Т.О. Економетрія: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.. – К.: КНЕУ, 2001. – 192 с.
34. Наконечний С.І., Терещенко Т.О., Романюк Т.Г. Економетрія. – К.: КНЕУ, 2000.
35. Практикум по економетрике: Учебное пособие/ Под редакцией И.И.Елисеева, С.В.Курышева, Н.М. Горденко – М.: Финансы и статистика, 2001. – 192 с.
36. Толбатов Ю.А. Економетрика: Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. – К.: Четверта хвиля, 1997. – 320 с.
37. Вітлінський В.В. Моделювання економіки. – К.:КНЕУ, 2005. – 408с.
38. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. Моделювання економіки: Навч.-метод. Посіб. для самост. вивч. дисц.. – К.:КНЕУ, 2005.-306 с.
39. Красс М.С., Чупрынов Б.П. Математические методы и модели для магистрантов экономики: Учебное пособие.-СПб.:Питер, 2006. -496с.
40. Горшков А.Ф., Евтеев Б.В., Коршунов В.А. и др.. Компьютерное моделирование менеджмента: учебник. – М.:Экзамен, 2007. – 622с.
41. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень: Учебник.- М.:Инфра-М, 2008.-844с.-(Учебники экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова)
42. Цены и ценообразование /Под ред. В.Е.Есипова. –СПб.:Питер, 2006.- 560с.
43. Количественные методы в экономических исследованиях: Учебник для вузов / Под ред.. М.В.Грачевой, Л.Н.Фадеевой, Ю.Н.Черемных. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 791с.
44. Салманов О.Н. Математическая экономика с применением Mathcad и Excel. – СПб.:БХВ-Петербург, 2003. –464 с.
45. Лысенко Ю.Г., Егоров П.В., Овечко Г.С., Тимохин В.Н. Экономическая кибернетика: Учебное пособие; изд. 2-е / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Ю.Г.Лысенко, Донецкий национальный университет.— Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2004.— 516 с.
46. Пономаренко Л.А. Основи економічної кібернетики: Підручник. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 432 с.
47. Пономаренко О.Ш., Пономаренко В.О. Системні методи в економіці, менеджменті та бізнесі: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1995. - 240 с.
48. Шарапов О.Д., Дербенцев В.Д., Семьонов Д.Є. Економічна кібернетика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 231 с.
49. Красс М.С., Чупрынов Б.П. Математика для экономистов: Учебное пособие.- СПб.:Питер, 2006. -464с.

50. Черемных Ю.Н. Микроэкономика. Продвинутый уровень: Учебник.- М.:Инфра-М, 2008.-844с.-(Учебники экономического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова)
51. Зайченко Ю.П. Исследование операций: Учебник. – К.:Слово, 2003. –688с.
52. Azariadis, Costas. Intertemporal Macroeconomics. Oxford UK & Cambridge USA: Blackwell Publishers, 1994. – 504pp.
53. Stokey, Nancy L. and Lucas, Robert E. Jr. Recursive Methods in Economic Dynamics. Cambridge, MA, and London, England: Harvard University Press, 1993. - 588pp.
54. Інформаційні системи і технології в економіці : Посібник для вузів : / Колект. Пономаренко В.С., Бутова Р.К., Журавльова І.В., Назарова Г.Н. – К. : Академія, 2002. – 542 с.
55. Информационные системы в экономике. Учебник для вузов / под ред. Г. А. Титаренко – М.: ЮНИТИ, 2006.
56. Береза А. М. Інформаційні системи і технології в економіці: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2002. — 80 с.
57. Калянов Г.Н. Case-технологии. Консалтинг в автоматизации бизнес-процессов. – М.: Горячая линия – Телеком, 2002.
58. Вендров А.М. Проектирование программного обеспечения экономических информационных систем: Учебник. – м.: Финансы и статистика, 2003.
59. Балдин К.В., Уткин В.Б. Информационные системы в экономике : учебник для вузов – 6-е изд.. – М. : ИТК "Дашков и Ко", 2009. – 394 с.
60. Грекул В.И. Теория информационных систем. Интернет-университет информационных технологий - ИНТУИТ.ру, 2009
61. Грекул В.И., Денищенко Г.Н., Коровкина Н.Л. Проектирование информационных систем. Интернет-университет информационных технологий - ИНТУИТ.ру, 2008
62. Лазарев Ю. Ф. Моделювання динамічних систем у Matlab. Електронний навчальний посібник. – Київ: НТУУ "КПІ", 2011. – 421 с.
63. Экономическая теория: Учебник/С.В.Мочерный, В.К.Симоненко, В.В. Секретарюк, А.А.Устенко; Под ред. С.В.Мочерного. -2-е изд., испр. и доп. – К.: О-во «Знання», КОО, 2003.-662 с.
64. Экономика:Учебник/Под ред.доц. А.С. Булатова. - М.: Издательство БЕК, 1995. - 632 с.
65. А. Лившиц. Введение в рыночную экономику. - М.:Изд-во «Станкин», 1992.
66. К.Макконнелл, С.Брю. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ 11-го изд.- М.:Республика, 1992.
67. Перехідна економіка: Підручник / В.М.Геєць, Є.Г.Панченко, Е.М.Лібанова та ін.; За ред. В.М.Гейця.-К.: Вища школа, 2003.-591 с.:іл.
68. Основы экономической теории. Обучающий курс.-Электронное учебное пособие.
69. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки.-К.:КОО.1998.
70. Гребенников П.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Микроэкономика.- СПб.:Изд-во СПбУЭФ.1996.
71. Долан Э.,Линдсей Д. Мирозкономика.-СПб.1994.
72. Пиндайк Р.С., Рубинфельд Д.Л. Микроэкономика.–М.: Экономика. 1992.
73. Пиндайк Р.С., Рубинфельд Д.Л. Мікроекономіка.-К.:Основи. 1996.
74. Гамільтон Д. Методичний посібник до «Мікроекономіки» Р.Піндайка та Д.Рубінфелда.-К.:Основи.1996.

75. Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике.-М.:МГУ. Изд-во «ДИС».1998.
76. Максимова В.Ф. Микроэкономика.-М.:Соминтэк. 1996.
77. Тигова Т.Н. Микроэкономика: Краткий курс лекций.- К.:МАУП.2003.68с.
78. Конохова З.П. Микроэкономика. Учебно-методическое пособие.-Х.: ХПИ. 1999.
79. В.П.Бусыгин, Е.В Желободько, А.А.Цыплаков. Микроэкономика - третий уровень.- Новосибирск: Изд-во НГУ, 2003.-704с.
80. Мэнкью Н.Г. Макроэкономика. М.1994.
81. Дорнбуш Р.,Фишер С. Макроэкономика. М.:1997.
82. Долан Э.,Линдсей Д. Макроэкономика. СПб.1994.
83. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика М.1993.
84. Гальперин В.М., Гребенников П.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Макроэкономика. СПб.1997.
85. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. М.1997.
86. Туманова Е.А., Шагас Н.Л. Макроэкономика. Элементы продвинутого подхода: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 400 с. — (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).
87. Бункина М.К., Семенов А.М., Семенов В.А. Макроэкономика: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2000. – 512 с.
88. Косов, Н.С. Основы макроэкономического анализа : учебное пособие / Н.С. Косов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.– 140 с.
89. Аткинсон Э., Стиглиц Дж. Лекции по теории государственного сектора: Учебник/Пер. с англ.-М.: Аспект пресс, 1995.-832 с.
90. Маракулин В. М. Равновесный анализ математических моделей экономики с нестандартными ценами.: Учебное пособие к курсу «Теория Игр»: часть III/ Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2001. 125 с.
91. Моделирование экономических процессов: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления (060000) / Под ред. М.В. Грачевой, Л.Н. Фадеевой, Ю.Н. Черемных. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 351с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінювання знань за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня виважена з оцінок відповідей на усі запитання.

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання містять певні неточності
75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач

35–59	FX	Незадові льно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв’язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадові льно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв’язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

ІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

Навчально-науковий інститут економіки менеджменту та міжнародного бізнесу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

061 Журналістика:

061.01 «Media-комунікації»

Директор інституту

_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Медіа-комунікації»	3
---------------------------	---

МЕДІА-КОМУНІКАЦІЇ

Анотація

Фахове вступне випробування зі спеціальності 061 Журналістика складається з теоретичної співбесіди, що включає відповідь на три основних і два додаткових питання з різних тематичних блоків.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

До магістратури за освітньою програмою зі спеціальності 061 Журналістика, спеціалізація 061-01 Медіакомунікації денної форми навчання приймаються абітурієнти з освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра, спеціаліста і магістра будь-якого напрямку підготовки чи спеціальності: соціологи, політологи, економісти, психологи, історики, юристи та ін.

Головною метою комплексного фахового іспиту для вступу на освітньо-кваліфікаційний рівень Магістр за спеціалізацією 061-01 Медіакомунікації є відбір креативних та освічених абітурієнтів, що мають схильність та здібності до майбутньої діяльності в засобах масової інформації. Під час іспиту перевіряються загальна ерудиція, фундаментальні теоретичні знання в галузі гуманітарних наук і наявність творчих здібностей для створення та реалізації індивідуальних проектів у сфері сучасних медіакомунікацій.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Комунікація.

Поняття комунікації. Види, форми і моделі комунікації. Теорії комунікації. Співвідношення понять "комунікація" і "спілкування". Комуникативна особа. Ефективність комунікації. Зміст і аудиторія комунікації. Міжособистісна комунікація.

2. Процес комунікації.

Поняття, цілі і складові комуникативного процесу. Чинники, що впливають на процес комунікації. Кодування і декодування. Поняття каналу комунікації. Зворотний зв'язок. Комуникативні бар'єри та їх види.

3. Масова комунікація.

Поняття і суть масової комунікації. Поняття інформації. Дослідження в області масових комунікацій. Функції масових комунікацій. Проблема об'єктивності в передачі фактів і повідомлень і суб'єктивності їх трактування комуникатором. Проблема громадської думки і моральної індивідуальної позиції комуникатора. Сучасні тенденції в масовій комунікації. Поняття масової культури.

4. Міжкультурна комунікація.

Типи міжкультурних комунікацій. Культура і комунікація. Суть культурних цінностей та їх місце в міжкультурній комунікації. Проблеми сторонності культури й етноцентризму. Міжкультурний конфлікт. Актуальність проблем міжкультурної комунікації в сучасних умовах.

5. Інтернет-комунікація.

Базові поняття Інтернет-комунікації. Еволюція комунікації в мережі Інтернет від веб 1.0 до веб 3.0. Комунікативні сервіси Інтернету. Особливості мовного спілкування в мережі. Комунікативний потенціал Інтернету. Психологічний аспект мережевого спілкування. Проблема інформаційної безпеки. Інформаційні війни: сутність, учасники, цілі, технології.

6. Маркетингові комунікації.

Види маркетингових комунікацій. Основні напрямки маркетингових комунікацій. Форми реклами і рекламних каналів. Схема рекламної комунікації. Поняття медіапланування. Функції реклами. Реклама і культура. Поняття PR і його види.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Алёшина И. В. Паблик Рилейшнз для менеджеров: учебник / И. В. Алешина. – М.: ИКФ «ЭКМОС», 2006 г. – 480 с.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества / Б. Андерсон ; [пер. с англ. В. Николаева]. – М. : Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2001. – 288 с.
3. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация : Западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г. П. Бакулев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 192 с.
4. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман ; [пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева]. – М. : Логос, 2002. – 390 с.
5. Башмаков А. И., Башмаков И. А. Интеллектуальные информационные технологии : учеб. пособие / А. И. Башмаков, И. А. Башмаков. – М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2005. – 304 с.
6. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек ; [пер. с нем. Б. Сидельника, Н. Федоровой]. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
7. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; [пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева]. – М. : Academia, 1999. – 783 с.
8. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности : Трактат по социологии знания / П. Бергер., Т. Лукман ; [пер. с англ. Е. Руткевич]. – М. : Academia-Центр ; Медиум, 1995. – 323 с.
9. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: Питер, 2001.
10. Вершинская О. Н. Информационно-коммуникационные технологии и общество / О. Н. Вершинская. – М. : Наука, 2007. — 203 с.
11. Гнатюк, О.Л Основы теории коммуникации : учеб. пособие для студ. вузов / О. Л. Гнатюк. – М. : КНОРУС, 2010. – 256 с.
12. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монография / Е. И. Горошко. – Харьков: «ФЛП Либуркина Л. М.», 2009. – 816с.
13. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 352 с.

14. Гудков Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 288с.
15. Дейнекин Т.В. Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие / Т.В. Дейнекин. – М.: Изд. центр ЕАОН, 2008. – 80 с.
16. Иванов Д. В. Виртуализация общества : версия 2.0 / Д. В. Иванов. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 217 с.
17. Иноземцев В. Современное постиндустриальное общество : природа, противоречия, перспективы / В. Иноземцев. – М. : Логос, 2000. – 304 с.
18. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс ; [пер. с англ. А. Матвеева ; под ред. В. Хари-тонова]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с.
19. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс ; [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
20. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации : краткий курс / В. Б. Кашкин. – М. : Восток-Запад, 2007. – 256 с.
21. Кириллова Н. Б. Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
22. Квіт С. Масові комунікації: підручник / С. Квіт. – К. : вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
23. Кутлалиев А., Попов А. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. – М., Эксмо, 2005.
24. Маклюэн М. Галактика Гутенберга : сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн ; [пер. с англ. А. Юдина]. – К. : Ника-Центр, 2003. — 432 с.
25. Маркетинговые коммуникации: учебник – М.: Дашков и К, 2005. – 304 с.
26. Медиа. Введение : учебник для студентов вузов / П. Барвайз и др. ; [под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; пер. с англ. Ю. В. Никуличева]. – 2-е изд. – М. : Юнити-Дана, 2005. – 550 с.
27. Основы теории коммуникации : учебник/Под ред. М.А. Василика – М. :Гардарики, 2010. – 256 с.
28. Почепцов Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 573 с.
29. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. – 656 с.
30. Рейман Л. Д. Закономерности функционирования и регулирования инфокоммуникаций / Л. Д. Рейман. – М. : Научная книга, 2003. – 272 с.
31. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
32. Романов А.А., Васильев Г.А., Поляков В.А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков – М.: Вузовский учебник: ИНФРА – М, 2010. – 256 с.
33. Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006.
34. Ромат Е.В. Реклама: учебник для студентов спец-ти «Маркетинг» / Е.В. Ромат. – Киев: НВФ «Студцентр», 1999. – 480 с.

35. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров / Дж. Росситер, Л. Перси. – СПб, Питер, 2001.
36. Садохин А. П. Теория и практика межкультурной коммуникации : учеб. пособие для вузов / А. П. Садохин. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 271 с.
37. Сиссорс Дж., Бэррон Р. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэррон. – СПб, Питер, 2004.
38. Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга / Пер. с англ. / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд – М.: ЮНИТИ, 2001.
39. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. – 461 с.
40. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество : Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Тапскотт ; [пер. с англ. И. Дубинского]. – К. : INT Пресс ; М. : Рефл-бук, 1999. – 432 с.
41. Тер-Минасова С. Г. Язык *ме*жкультурная коммуникация: учеб. пособие / С.Г. Тер-Минасова – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
42. Толкачев А.Н. Реклама и PR в бизнесе / А.Н. Толкачев. – М.: Эксмо, 2009.
43. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер ; [пер. с англ. М. В. Араповой и Н. В. Малыхиной]. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 400 с.
44. Чернов А. А. Становление глобального информационного общества : проблемы и перспективы / А. А. Чернов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 232 с.
45. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.
46. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : «Дашков и К», 2009. – 591 с.
47. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. – М. : Социальные отношения : Перспектива, 2004. – 246 с.
48. Эко У. От Интернета к Гутенбергу : текст и гипертекст : [публичн. лекц. на эконо. ф-те МГУ 20 мая 1998 года] / Умберто Эко ; [пер. с ит. Е. Костюкович] // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 4. – С. 5-14.
49. Hassan R. The Information Society : Cyber Dreams and Digital Nightmares / Robert Hassan. – Cambridge : Polity Press, 2008. – 248 p. – (Digital Media and Society).
50. Jensen K. B. Media Convergence : The Three Degrees of Network, Mass and Interpersonal Communication / Klaus Bruhn Jensen. – London ; New York : Routledge, 2010. – 208 p.
51. Kumar K. From Post-Industrial to Post-Modern Society / Krishan Kumar. – Malden, MA : Wiley-Blackwell, 2004. – 304 p.
52. Papacharissi Z. A Networked Self : Identity, Community, and Culture on Social Network / Zizi Papacharissi. – London ; New York : Routledge, 2010. – 344 p.
53. Pelsmacker P., Geuens M., van den Bergh. Foundation of marketing communications: A European perspective / P. Pelsmacker, M. Geuens, van den Bergh. – Pearson Education limited, 2005.

Словники, енциклопедії, довідники

1. Бабенко В. С. Виртуальная реальность : толковый словарь терминов / В. С. Бабенко. – СПб. : ГУАП, 2006. – 86 с.
2. Беккер К. Словарь тактической реальности : культурная интеллигенция и социальный контроль / Конрад Беккер ; [пер. с англ. О. Киреева]. – М. : Ультра. Культура, 2004. – 219 с.
3. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций. – М. : Изд-во МГУ, 1999. – 301 с.
4. Мас-медіа у термінах і визначеннях : корот. слов.-довід. : навч. посіб. / [уклад. Ю. В. Боднар]. – К. : МАУП, 2005. – 224 с.
5. Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / [пер. з нім. ; за заг. ред. В. Ф. Іванова]. – К. : Академія Української преси ; Центр Вільної преси, 2007. – 780 с.
6. Словарь по межкультурной коммуникации : Понятия и персоналии / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе, Г. П. Рябов. – М. : Флинта, 2010. – 136 с.
7. Словарь терминов (Общеобразовательный тезаурус) : Общество. Семиотика. Экономика. Культура. Образование / Ю. В. Рождественский. – 3-е изд. – М. : Флинта ; Наука, 2007. – 109 с.
8. Социальная энциклопедия / [редкол. : А. П. Горкин, Г. Н. Карелова, Е. Д. Катульский и др.]. – М. : Большая Российская энциклопедия, 2000. – 438 с.
9. Шарков Ф.И. Современные маркетинговые коммуникации: Словарь-справочник / Шарков Ф.И. – Альфа-Пресс, 2006, – 348 с.
10. Danesi M. Dictionary of Media and Communications / Marcel Danesi ; [foreword by Arthur Asa Berger]. – New York : M. E. Sharpe, Inc., 2009. – 313 p.
11. Encyclopedia of New Media : An Essential Reference to Communication and Technology / [ed. by Steve Jones]. – Thousand Oaks : Sage Publications, 2003. – 532 p.

Інформаційні ресурси

1. Бібліотека РГГУ: <http://www.i-u.ru/biblio/>
2. Електронна бібліотека «Гумер»: <http://www.gumer.info/>
3. Електронна бібліотека підручників: <http://pidruchniki.com.ua/>
4. Інтернет-проект «Sociology Hall» <http://www.sociology.kharkov.ua/>
5. Науковий журнал «Інформаційне суспільство» :
http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/is/index.html
6. Науково-аналітичний журнал «Інформаційне суспільство» :
<http://infosoc.iis.ru/>
7. Онлайн-журнал «Медіа, культура і суспільство»: <http://mcs.sagepub.com/>
8. Онлайн-журнал «Наука, технологія і суспільство»: <http://sts.sagepub.com/>
9. Соціонет – інформаційний простір з суспільних наук <http://socionet.ru/>

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за національною шкалою і критерії оцінювання
A	90-100	Відмінно – відмінні знання з незначною кількістю помилок, повна відповідь на усі питання, вміння вести дискусію щодо запропонованої теми під час випробування
B	85-89	Дуже добре – знання з предмету вище середнього рівня, повна відповідь на кілька запитань (3-4) з кількома помилками
C	75-84	Добре - знання з предмету середнього рівня, повна відповідь на кілька запитань (2-3) з кількома помилками
D	74-65	Задовільно - знання з предмету нижче середнього рівня, неповна відповідь на кілька запитань (3-4) з кількома помилками або зі значною кількістю недоліків
E	55-64	Достатньо - знання з предмету нижче середнього рівня, неповна відповідь на кілька запитань (1-2) з кількома помилками або зі значною кількістю недоліків; відповідь задовольняє мінімальним критеріям
FX	35-54	Незадовільно - відповідь не задовольняє мінімальним критеріям
F	<35	Неприйнятно - необхідна серйозна подальша робота

При використанні 200 бальної системи до суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

071 «Облік і оподаткування»:
«Облік, аудит і оподаткування»
«Бізнес-аналітика»
«Оподаткування»

Директор інституту

_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Облік, аудит і оподаткування»	3
«Бізнес-аналітика»	20
«Оподаткування».....	37

«ОБЛІК, АУДИТ І ОПОДАТКУВАННЯ»

Анотація

Вступне фахове випробування – це перевірка рівня знань, умінь та навичок особи з конкурсних предметів, з навчальних дисциплін за програмою вищого навчального закладу, рівня здібностей до певного виду діяльності, що проводиться з метою оцінювання зазначеного рівня для конкурсного відбору до вищого навчального закладу у формі іспиту. Вимоги до вступних випробувань базуються на нормативних формах державної атестації осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах.

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, вміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Підготовка фахівця в галузі бухгалтерського обліку в сучасних умовах – надзвичайно складний та динамічний процес, який вимагає оперативного врахування появи специфічних багаторівневих систем освіти та частих змін діючого законодавства, розробки нових підходів до методики і техніки викладання спеціальних дисциплін тощо.

Магістр – це рівень освіти фахівця, який на основі отриманої кваліфікації бакалавра (спеціаліста) здобув поглиблені спеціальні знання та вміння інноваційного характеру, має первісний досвід їх застосування та продукування нового знання для вирішення проблемних професійних задач у певній галузі народного господарства. Підготовка магістра з обліку і оподаткування повинна включати поглиблене вивчення фундаментальних, гуманітарних, спеціальних, економічних, облікових, психолого-педагогічних наук, а також отримання науково-практичних навиків. У зв'язку з цим, метою вступного фахового випробування є з'ясування набутих теоретичних та практичних навиків в галузі обліку, контролю та аналізу, які б дозволяли робити висновки, розробляти власні рекомендації, спрямовані на удосконалення не лише облікового процесу, а й процесу управління підприємствами в цілому, здійснювати наукові узагальнення тощо. Тобто претендент на зарахування має продемонструвати отримані практичні та теоретичні навички інноваційного характеру.

Абітурієнти повинні

знати: основи фінансовий і управлінського обліку, аудиту та аналізу господарської діяльності;

вміти:

- проводити аналіз господарської діяльності підприємства та фінансовий аналіз з метою прийняття управлінських рішень;

- здійснювати облікові процедури із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій;
- застосовувати методики проведення аудиту;
- застосовувати методи бухгалтерського обліку та аналізу діяльності для здійснення оцінки ефективності діяльності підприємств та ін.

Вступне фахове випробування базується на вимогах до знань та вмій випускника рівня освіти бакалавр і включає зміст навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Фінансовий облік.
2. Управлінський облік.
3. Аудит.
4. Аналіз господарської діяльності.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

I. ФІНАНСОВИЙ ОБЛІК

Визнання основних засобів активом відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби». Класифікація основних засобів для фінансового (відповідно до плану рахунків – рахунки 10, 11), економічна класифікація і для цілей податкового обліку. Види оцінок основних засобів. Первісна оцінка основних засобів. Амортизація і знос основних засобів. Види (планова, фінансова, бухгалтерська, податкова, економічна для прийняття управлінських рішень) і методи нарахування амортизацій. Переоцінка основних засобів – дооцінка і уцінка: проводки, документування. Надходження і вибуття основних засобів: проводки, документування. Облік ремонтів основних засобів (поточного і капітального), особливості розрахунку вартості, віднесення на витрати чи капіталізацію, документування для фінансової і податкової звітності. Порядок переведення основних засобів на консервацію. Розкриття інформації про основні засоби у Примітках до фінансової звітності.

Економічна суть, визнання, оцінка, класифікація нематеріальних активів. Нормативно-правове регулювання обліку нематеріальних активів. Документальне забезпечення операцій з руху нематеріальних активів. Облік руху нематеріальних активів у системі рахунків. Облік амортизації та переоцінки. Розкриття інформації про нематеріальні активи у Примітках до фінансових звітів.

Визначення та класифікація оренди. Облік фінансової (лізинг) і операційної оренди основних засобів: проводки, документування. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендаря. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендаря. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.

Суть, види та класифікація інвестицій. Нормативно-правове регулювання інвестиційної діяльності. Облік довгострокових фінансових інвестицій у системі рахунків. Оцінка довгострокових фінансових інвестицій. Розкриття інформації про довгострокові фінансові інвестиції у фінансовій звітності підприємств.

Економічна суть і класифікація запасів. Нормативно-правове регулювання обліку виробничих запасів. Документальне забезпечення операцій з руху запасів. Складський облік виробничих запасів. Облік виробничих запасів у системі рахунків та їх оцінка на дату балансу. Оцінка виробничих запасів при їх вибутті. Особливості обліку малоцінних швидкозношуваних предметів. Відображення операцій з виробничими запасами у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Економічна суть і нормативно-правове регулювання дебіторської заборгованості. Оцінка дебіторської заборгованості та облік резерву сумнівних боргів. Облік і документальне забезпечення розрахунків з покупцями і замовниками. Облік інших видів поточної дебіторської заборгованості. Розкриття інформації про дебіторську заборгованість у облікових регістрах і фінансовій звітності.

Сутність зобов'язань, їх види та визнання. Нормативно-правове регулювання операцій з обліку зобов'язань. Облік довгострокових позик у системі рахунків. Облік інших довгострокових зобов'язань. Відображення операцій за довгостроковими зобов'язаннями у облікових регістрах та фінансовій звітності

Сутність короткострокових зобов'язань, їх склад та визнання. Нормативно-правове регулювання обліку короткострокових зобов'язань. Документальне забезпечення операцій за поточними зобов'язаннями. Облік короткострокових зобов'язань у системі рахунків. Відображення операцій за короткостроковими зобов'язаннями у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Сутність власного капіталу та його складові. Нормативно-законодавче забезпечення обліку власного капіталу. Документальне забезпечення операцій з обліку статутного капіталу. Облік власного капіталу у системі рахунків. Розкриття інформації про власний капітал у фінансовій звітності.

Суть операцій в іноземній валюті. Визнання курсових різниць. Розрахунки з підзвітними особами в іноземній валюті. Облік часткових авансів в іноземній валюті. Відображення операцій з іноземною валютою на рахунках бухгалтерського обліку. Документування операцій з іноземною валютою.

Облік операцій в іноземній валюті. Головні терміни та визначення. Оцінка доходів за будівельним контрактом. Відображення будівельних контрактів в обліку.

Суть, визнання доходу та його класифікація. Законодавчо-нормативна база обліку доходів. Облік доходу операційної діяльності. Облік доходу неопераційної діяльності.

Облік витрат операційної діяльності. Облік інших витрат діяльності підприємства. Відображення витрат діяльності у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Порядок визначення фінансового результату діяльності підприємства. Облік поточного податку на прибуток. Облік тимчасових різниць, що підлягають оподаткуванню. Облік тимчасових різниць, що підлягають вирахуванню. Відображення доходів, витрат діяльності та прибутку в облікових регістрах та фінансовій звітності.

Порядок складання, подання й оприлюднення фінансової звітності. Бухгалтерський баланс: будова, зміст, призначення. Контрактивні і контрпасивні статті балансу. Призначення та складання Звіту про фінансові результати. Вимоги та порядок складання Звіту про рух грошових коштів. Вимоги щодо заповнення та подання Звіту про власний капітал. Формування приміток до фінансових звітів. виправлення помилок і зміни у фінансових звітах.

II. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК

Сутність та зміст управлінського обліку, його формування і розвиток. Предмет, об'єкт та методи управлінського обліку.

Основні принципи класифікацій витрат. Класифікація витрат за напрямками обліку. Поведінка витрат в залежності від їх класифікації. Методи визначення функції витрат.

Облік і контроль витрат за економічними елементами та статтями калькуляції. Визначення об'єктів витрат, центрів витрат та центрів відповідальності. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за об'єктами обліку. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за повнотою врахування витрат. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за ступенем нормованості витрат. Існуючі підходи до обліку і розподілу виробничих накладних витрат

Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за повнотою врахування витрат. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за ступенем нормованості витрат. Існуючі підходи до обліку і розподілу виробничих накладних витрат

Відмінність між калькуляцією собівартості з повним розподілом витрат і калькуляцією собівартості за змінними витратами. Переваги і недоліки калькуляції з повним розподілом витрат і директ-костингу.

Значення системи обліку та калькулювання собівартості продукції за нормативними витратами. Організація нормативного методу обліку витрат і калькулювання собівартості продукції.

Взаємозв'язок витрат, обсягу діяльності та прибутку. Визначення та аналіз сфери беззбиткової діяльності. Маржинальний підхід до аналізу діяльності підприємства. Показники рівня підприємницького ризику.

Підготовка управлінської інформації на основі даних обліку. Оцінка та вибір методів ціноутворення. Аналіз формування оборотного капіталу по стадіям операційного циклу.

Сутність бюджетування та види бюджетів. Розробка бюджетів. Контроль та аналіз виконання бюджетів.

Сутність і види центрів відповідальності та оцінка їхньої діяльності. Сутність і методи трансфертного ціноутворення.

Завдання управлінського обліку та його відмінності від фінансового обліку. Організаційні аспекти управлінського обліку.

III. АУДИТ

Виникнення аудиту, та розвиток аудиторської діяльності. Суспільна потреба в аудиті. Призначення та необхідність виникнення аудиту. Теоретичне

обґрунтування необхідного виникнення: потреби потенційного або існуючого інвестора, теорія агентів, теорія мотивацій. Етапи розвитку аудиту (підтверджуючий, системоорієнтований, ризикоорієнтований) та їх характеристика. Ознаки необхідності виникнення аудиту та розвиток аудиторської діяльності в Україні.

Визначення аудиту. Основні елементи визначення аудиту. Поняття аудиторської діяльності та її складові. Мета аудиту. Класифікація аудиту за певними ознаками та її практичне застосування. Відмінність аудиту від ревізії фінансово-господарської діяльності підприємства. Аудиторські послуги, їх об'єкти і види.

Регулювання аудиторської діяльності в Україні. Саморегулювання - найважливіша умова забезпечення незалежності аудиту. Суб'єкти аудиторської діяльності: аудитори та аудиторські фірми. Суб'єкти регулювання аудиторської діяльності: держава та професійні організації. Аудиторська палата України, Спілка аудиторів України, Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, їх повноваження, функції та обов'язки.

Сертифікація аудиторів. Термін чинності сертифікату та підтвердження професійної придатності аудиторів. Порядок отримання та скасування сертифікату. Поняття стандартів і норм аудиту. Загальні умови проведення аудиту та надання інших аудиторських послуг. Основні етапи процесу аудиту. Процедура вибору замовника і укладання договору.

Міжнародна регламентація аудиторської діяльності. Основні постулати, як базові пропозиції, послідовні передумови, логічні принципи і необхідні умови. Міжнародні стандарти аудиту та їх характеристика. Національні нормативи аудиту їх характеристика, застосування. Кодекс професійної етики аудиторів України.

Принципи аудиту: етичні (незалежність, об'єктивність, компетентність, конфіденційність, доброзичливість) та їх характеристика. Принципи незалежності та її правові, етичні та економічні аспекти.

Предмет аудиту. Адекватність відображення господарського факту як предмет аудиту. Інтерпретація господарського факту та оцінка його на відповідність. Характеристика системи облікового відображення господарського факту. Об'єкти аудиту їх класифікація та параметризація.

Поняття методу та методика аудиту. Методи аудиту. Поєднання методів документальної комплексної ревізії, судово-бухгалтерської експертизи, аналізу господарської діяльності.

Підприємницький ризик та його характеристика. Поняття аудиторського ризику та його складові. Внутрішній ризик підприємства та фактори, що його обумовлюють. Система внутрішнього аудиту на підприємстві: його сутність, об'єкти, суб'єкти, методичні прийоми. Методичні прийоми внутрішнього контролю. Процедури контролю - спеціальні перевірки, що виконуються персоналом підприємства. Вивчення та оцінка системи внутрішнього контролю. Документування результатів вивчення системи внутрішнього контролю. Тестування системи внутрішнього контролю. Відмінності внутрішнього аудиту від зовнішнього. Ризик контролю, його визначення та складові. Ризик не

виявлення. Залежність між ризиком контролю і ризиком не виявлення. Припустимий аудиторський ризик. Модель аудиторського ризику та її використання на практиці.

Кількісна оцінка аудиторського ризику та правила, яких необхідно дотримуватись при її застосуванні. Оцінка ризику у процесі аудиту. Залежність між компонентами моделі аудиторського ризику. Поняття суттєвості та її оцінка. Послідовність застосування суттєвості на різних етапах аудиту. Суттєве та несуттєве відхилення. Обман та помилка: визначення та фактори, що їх зумовлюють.

Планування аудиту, його мета, конкретизація завдань аудиту у процесі планування. Етапи планування. Попереднє планування аудиторської перевірки. Збір загальних відомостей про клієнта. Прийняття рішень про продовження аудиту для клієнта та згоду на аудит для нового клієнта. Оцінка аудиторського ризику. Загальний план аудиту, його зміст. Програма аудиту та її складові.

Аудиторські процедури, їх призначення та види. Аналітичні процедури: поняття, значення та необхідність їх використання в аудиті.

Поняття аудиторської вибірки. Місце вибіркової перевірки в процесі аудиту. Мета вибіркової перевірки. Статистичні та нестатистичні методи вибірки. Види вибірових перевірок. Використання вибірки при оцінці внутрішнього контролю. Фактори, що впливають на обсяг вибірки. Інтерпретація результатів вибірки. Процедури, що не є вибіровими.

Аудиторські докази. Класифікація доказів. Основні умови збору доказів. Прийоми і процедури отримання аудиторських доказів. Джерела аудиторських доказів. Основні фактори, які формують вимоги до аудиторських доказів. Вимоги до кількості та якості доказів. Залежність між аудиторськими доказами, ризиком та суттєвістю.

Поняття і класифікація робочих документів аудитора. Робочі документи, створені під час планування, підготовки, проведення перевірки, узагальнення її даних, а також документальна інформація, одержана в ході аудиту від третіх осіб. Класифікація робочих документів аудитора: за часом ведення і використання; за способом і за часом ведення і використання; за способом за джерелами одержання; за ступенем деталізації, за ступенем стандартизації; за формою представлення; за тенденціями складання.

Методика складання робочих документів аудитора і ведення аудиторського дос'є. Організаційні, адміністративні документи аудиторських процедур по окремих статтях річного звіту та інші аудиторські дані, висновок, рекомендації (пропозиції).

Підсумковий контроль. Загальні вимоги до аудиторського висновку. Види аудиторських висновків. Позитивний висновок, умови його представлення. Обставини для неподання безумовно-позитивного висновку: невпевненість та незгода. Умовно-позитивний висновок. Фундаментальна та не фундаментальна невпевненість або незгода та їх причини. Негативний висновок та умови його представлення. Відмова від видання висновку. Вимоги до стилю формування аудиторського висновку. Порядок складання та подання аудиторських висновків. Рішення користувачів звітності за результатами аудиту.

Завдання та послідовність аудиту активів та зобов'язань. Джерела інформації для проведення аудиту грошових коштів та готівкових операцій.

Аудит забезпечення збереженості касової готівки та дотримання касової дисципліни, вимог чинного законодавства щодо здійснення касових операцій. Перевірка операцій на рахунках у банках. Аудит дебіторської заборгованості.

Аудит наявності та руху основних засобів і нематеріальних активів. Аудит праці і заробітної плати. Аудит формування статутного капіталу суб'єктів господарювання та його особливості. Аудит руху та використання капіталу за видами. Організація та методика аудиту поточних зобов'язань та кредитних операцій. Перевірка використання та своєчасності повернення короткострокових позик і довгострокових кредитів та їх забезпечення.

Зміст перевірки бухгалтерського обліку. Основні процедури та методика перевірки обліку. Перевірка відповідності даних обліку і звітності. Перевірка даних облікових реєстрів та бухгалтерських документів. Використання методики експрес-аналізу для економічного читання бухгалтерської звітності. Аудиторська оцінка фінансово-економічного потенціалу підприємства та ефективності його використання. Аудит операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Завдання та послідовність аудиту об'єктів приватизації.

Аудиторська (експертна) оцінка об'єктів приватизації. Аудит інвестиційної та довірчої діяльності. Аудит операцій з акціями, облігаціями та іншими цінними паперами довгострокового та короткострокового призначення.

Аудит експортно-імпортних та валютних операцій. Аудиторська перевірка ліквідності та фінансової стійкості господарюючих суб'єктів.

IV. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Економічна сутність економічного аналізу, мета, завдання, предмет, об'єкти та суб'єкти аналізу. Місце аналізу в системі управління. Функціональна та цільова орієнтація економічного аналізу. Функції економічного аналізу. Види економічного аналізу, їх класифікація та сфери застосування. Принципи економічного аналізу та його ключові категорії.

Метод економічного аналізу. Класифікація методичних прийомів аналізу залежно від цілей та інформаційних можливостей. Абстрактно-логічні прийоми економічного аналізу, їх сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування. Описові кількісні прийоми економічних досліджень, їх сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування. Сучасні прийоми візуалізації аналітичних досліджень (графічні прийоми, матричний аналіз, аналіз в системі координат). Прийоми факторного аналізу для ретроспективного дослідження та методика їх застосування.

Загальні підходи до організації економічного аналізу. Інформаційно-методичне забезпечення економічного аналізу. Оформлення результатів економічного аналізу. Організація аналітичних досліджень в умовах застосування інформаційних технологій.

Роль і значення аналізу фінансового стану в сучасних умовах розвитку економіки. Склад та зміст фінансової звітності підприємств. Основні види аналізу фінансової звітності. Аналіз фінансової стійкості, ділової та ринкової

активності підприємства. Коефіцієнтний аналіз прибутковості.

Значення, завдання аналізу фінансових результатів. Звіт про фінансові результати як джерело інформації аналізу фінансових результатів. Загальний порівняльний аналіз та аналіз динаміки і структури фінансових результатів за видами діяльності. Аналіз валового прибутку і визначення резервів його збільшення. Факторний аналіз валового та операційного прибутку. Система відносних показників прибутковості (рентабельності) підприємства та окремих видів продукції.

Звіт про рух грошових коштів, як інформаційне джерело аналізу. Загальний аналіз грошових потоків: горизонтальний і вертикальний аналіз. Методика аналізу руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та операційної діяльності. Коефіцієнтний аналіз руху грошових коштів. Методика аналізу обсягу, структури та динаміки інвестицій. Методи оцінки інвестиційних проектів.

Аналітичне обґрунтування виробничої програми з метою максимізації доходу та операційного прибутку. Факторний аналіз виконання виробничої програми в цілому по підприємству та по окремих видах продукції. Аналіз виконання плану за обсягами, асортиментом та структурою випущеної продукції в цілому по підприємству. Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції.

Види та класифікація виробничих ресурсів підприємства. Аналіз трудових ресурсів підприємства. Аналіз чисельності, складу та руху робочої сили. Аналіз використання робочого часу. Аналіз продуктивності праці. Пошук резервів підвищення продуктивності праці та збільшення випуску продукції.

Аналіз основних засобів підприємства. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами. Аналіз виробничих потужностей підприємства. Аналіз використання основних засобів. Аналіз використання обладнання. Аналіз матеріальних ресурсів підприємства. Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами. Аналіз використання матеріальних ресурсів. Аналіз виробничого потенціалу підприємства та організаційно-технічного рівня виробничого процесу.

Загальна схема формування витрат підприємства та їх аналізу, інформаційні джерела аналізу. Аналіз виробничих витрат за елементами, статтями, місцями виникнення витрат, центрами відповідальності, об'єктами калькуляції. Аналіз матеріальних витрат та витрат на оплату праці. Аналіз загальновиробничих, адміністративних та інших операційних витрат. Аналіз собівартості окремих видів продукції.

Обґрунтування плану реалізації продукції (робіт) підприємства для досягнення стратегічних цілей підприємства. Аналіз динаміки реалізації продукції, темпів зростання та приросту в цілому по підприємству. Загальна оцінка виконання договірних зобов'язань за обсягом, асортиментом, якістю, цінами та строками постачання продукції. Аналіз обсягу, структури та динаміки реалізації продукції за експортними контрактами.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

І. ФІНАНСОВИЙ ОБЛІК

1. Визнання основних засобів.
2. Класифікація основних засобів.
3. Придбання та первісна оцінка основних засобів.
4. Подальші витрати, пов'язані з експлуатацією основних засобів.
5. Амортизація основних засобів.
6. Амортизація інших необоротних матеріальних активів.
7. Зміна строку корисного використання.
8. Зміна методу нарахування амортизації.
9. Переоцінка основних засобів.
10. Зменшення корисності основних засобів.
11. Вибуття основних засобів.
12. Визнання нематеріальних активів.
13. Оцінка нематеріальних активів.
14. Амортизація нематеріальних активів.
15. Оцінка нематеріальних активів у звітності.
16. Вибуття нематеріальних активів.
17. Типові помилки відображення в обліку та звітності нематеріальних активів.
18. Визначення та класифікація оренди.
19. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендаря.
20. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.
21. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендаря.
22. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.
23. Продаж активу з укладанням угоди про його одержання продавцем в оренду.
24. Первісна оцінка фінансових інвестицій.
25. Оцінка фінансових інвестицій на дату балансу.
26. Відображення фінансових інвестицій за справедливою вартістю.
27. Відображення фінансових інвестицій за собівартістю з урахуванням зменшення корисності.
28. Відображення фінансових інвестицій за амортизованою собівартістю.
29. Облік фінансових інвестицій за методом участі в капіталі.
30. Відображення в обліку операцій між інвестором і об'єктом інвестування.
31. Облік фінансових інвестицій у спільну діяльність.
32. Визнання запасів.
33. Класифікація запасів.
34. Первісна оцінка запасів та відображення їх в обліку.
35. Вибуття запасів: оцінка та відображення в обліку.
36. Вибуття МШП.
37. Відображення запасів у звітності, переоцінка запасів.
38. Визнання дебіторської заборгованості.
39. Класифікація дебіторської заборгованості.

40. Первісна оцінка дебіторської заборгованості та її зарахування на баланс.
41. Довгострокова дебіторська заборгованість.
42. Поточна дебіторська заборгованість.
43. Векселі одержані.
44. Дебіторська заборгованість за розрахунками.
45. Оцінка поточної дебіторської заборгованості на дату балансу.
46. Списання дебіторської заборгованості.
47. Визнання зобов'язань і класифікація зобов'язань.
48. Визнання, оцінка і класифікація капіталу.
49. Облік операцій в іноземній валюті.
50. Оцінка доходів за будівельним контрактом.
51. Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).
52. Визнання та класифікація витрат.
53. Облік адміністративних витрат та витрат на збут.
54. Облік поточного податку на прибуток.
55. Фінансова діяльність підприємства.
56. Розкриття облікової політики.
57. Розкриття інформації щодо фінансових інвестицій.
58. Відображення змін облікової оцінки у обліку та звітності.
59. Відображення змін в обліковій політиці.
60. Ускладнені випадки внесення змін в обліку та звітності.

II. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК

1. Сутність і призначення управлінського обліку, його взаємозв'язок з системою бухгалтерського обліку підприємства. Проблеми становлення та розвитку управлінського обліку в Україні
2. Виробничі процеси, як об'єкт управлінського обліку. Організація управлінського обліку та шляхи його вдосконалення на підприємстві (в торгівлі, промисловості та ін.).
3. Характеристика і класифікація витрат, практичне застосування існуючих класифікацій.
4. Витрати підприємства, їх групування, класифікація і поведінка. Аналіз динаміки витрат виробництва та прийняття управлінських рішень.
5. Класифікація витрат у вітчизняному і закордонному обліку.
6. Інформаційна база управлінського аналізу ефективності господарської діяльності.
7. Управлінський облік і звітність як база управлінського аналізу.
8. Методи розподілу витрат і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг).
9. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції.
10. Вплив методу обліку витрат на величину собівартості.
11. Поведінка і функції витрат. Планування, регулювання та прийняття рішень щодо управління виробничими витратами
12. Управлінський облік оцінки незавершеного виробництва та полуфабрикатів.

13. Управлінський облік і прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності.
14. Система позамовного та попроцесного калькулювання собівартості продукції, їх порівняльна характеристика.
15. Нормативний облік витрат і калькулювання собівартості продукції.
16. Облік витрат комплексного виробництва та калькулювання собівартості вироблених продуктів..
17. Нормативи та відхилення від них як засіб контролю за витратами.
18. Методи обліку і розподілу виробничих накладних витрат.
19. Система калькулювання змінних витрат та її використання для прийняття управлінських рішень.
20. Аналіз взаємозв'язку витрат з обсягами діяльності та прибутком. Аналіз безбитковості виробництва.
21. Методи, етапи та послідовність прийняття рішень по використанню ресурсів в умовах обмежень.
22. Управлінський аналіз і ціноутворення. Ціна на продукт, зв'язок між обсягом виробництва та прибутком.
23. Облік по центрах відповідальності. Оцінка діяльності центрів відповідальності та трансфертне ціноутворення.
24. Організація і алгоритм бюджетного планування, контроль виконання бюджетів і аналіз відхилень.
25. Визначення впливу на прибуток методу обліку витрат на виробництво.
26. Сутність, основні характеристики та призначення методів «стандарт-костинг» та «директ-костинг», їх порівняльна характеристика.
27. Оцінка діяльності центрів відповідальності, розподіл витрат між центрами відповідальності.
28. Вибір системи оцінки діяльності, системи обліку і внутрішній контроль.
29. Внутрішньогосподарська звітність та її аналіз у системі управлінського обліку.
30. Основні концепції зниження собівартості продукції.

III. АУДИТ

1. Що таке аудит і його розвиток в Україні.
2. Робоча та підсумкова документація аудитора.
3. Мета і основні завдання аудиту.
4. Внутрішні аудиторські стандарти.
5. Стандарти, робочі стандарти та національні нормативи аудиту.
6. Організація аудиторської вибірки.
7. Аудиторський висновок та інші підсумкові офіційні документи.
8. Внутрішній і зовнішній аудит. Поняття і характеристика.
9. Принципи, предмет і об'єкти аудиторського контролю
10. Аудит і ревізія. Поняття, схожість і відмінності.
11. Використання роботи експерта при аудиті.
12. Власні і методичні прийоми аудиту. Їх склад і характеристика.

13. Права і обов'язки аудиторів.
14. Порядок заняття і сертифікація аудиторської діяльності.
15. Основні принципи проведення аудиту.
16. Права, обов'язки і відповідальність аудиторів.
17. Використання результатів роботи внутрішнього аудитора.
18. Планування аудиту.
19. Договір на проведення аудиту. Обов'язки господарюючих суб'єктів при проведенні аудиту.
20. Програма аудиту.
21. Порядок проведення аудиту та надання аудиторських послуг.
22. Етапи і процедури аудиту.
23. Послідовність аудиторської перевірки.
24. Професійна громадська організація аудиторів України (спілки аудиторів України).
25. Аудиторський ризик. Його сутність, види і характеристика.
26. Аудиторська палата України, її створення, повноваження та функціонування.
27. Етика аудиту.
28. Аудиторських доказів. Їх суть і фактори, які впливають на достовірність.
29. Сертифікація та ліцензування аудиторів.
30. Аудиторські докази. Їх сутність, джерела і процедури отримання.
31. Відповідальність за дотримання порядку ведення бухгалтерського обліку.
32. Робочі документи аудитора. Функції робочих документів, їх склад інформації.
33. Обов'язкове проведення аудиту.
34. Аудиторська документація, її види.
35. Користувачі бухгалтерської звітністю.
36. Початкова, дослідна і завершальна стадії аудиту.
37. Аудитор. Права і обов'язки аудитора
38. Аудит операцій по поточному рахунку та інших грошових коштів.
39. Аудит розрахунків з використанням векселів.
40. Аудит розрахунків з підзвітними особами.
41. Аудит витрат на відрядження.
42. Аудит основних засобів.
43. Аудит виробничої діяльності.
44. Порядок проведення та джерела інформації інвентаризації при аудиті виробничої діяльності.
45. Аудит витрат на поточний і капітальний ремонт.
46. Джерела інформації та етапи проведення аудиту готової продукції.
47. Аудит собівартості продукції.
48. Аудит матеріальних цінностей. Об'єкти аудиту.
49. Джерела інформації аудиту фінансових результатів.
50. Напрями, за якими робиться оцінка фінансового стану підприємства.

51. Аудит розрахунків по заробітній платі.
52. Аудит розрахунків з бюджетом та державними цільовими фондами.
53. Аудит дебіторської заборгованості.
54. Аудит кредиторської заборгованості.
55. Аудит продажу товарів, надання робіт і послуг.
56. Аудит валових витрат і валового доходу підприємства.
57. Аудит товарно-матеріальних цінностей.
58. Аудит малоцінних і швидкозношуваних предметів.
59. Аудит розрахунків з покупцями і замовниками.
60. Аудит довгострокових позик і векселів.
61. Аудит кредитів, позик і депозитів.
62. Аудит розрахунків з постачальниками і підрядниками.
63. Аудит розрахунків за податками і платежами.
64. Аудит розрахунків з оплати праці.
65. Аудит фінансової звітності.
66. Аудит фінансового стану підприємства.
67. Особливості аудиту комерційних банків.
68. Джерела інформації аудиту готової продукції.
69. Аудит систем бухгалтерського обліку та фінансової звітності.
70. Аудит інтелектуальної власності.

IV. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Мета, завдання, предмет, об'єкти та суб'єкти АГД. Місце аналізу в системі управління.
2. Основні функції та ключові категорії АГД.
3. Сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування абстрактно-логічних прийомів АГД.
4. Сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування описово-кількісних прийомів АГД.
5. Сучасні прийоми візуалізації аналітичних досліджень.
6. Прийоми факторного аналізу для ретроспективного дослідження та методика їх застосування.
7. Загальні підходи до організації АГД на підприємстві
8. Значення, завдання аналізу фінансових результатів. Звіт про фінансові результати як джерело інформації аналізу фінансових результатів.
9. Аналіз валового прибутку і визначення резервів його збільшення. Факторний аналіз валового та операційного прибутку.
10. Система відносних показників прибутковості (рентабельності) підприємства та окремих видів продукції.
11. Методика аналізу руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та операційної діяльності.
12. Коефіцієнтний аналіз руху грошових коштів.
13. Методи оцінки інвестиційних проектів.
14. Аналітичне обґрунтування виробничої програми з метою максимізації доходу та операційного прибутку.
15. Факторний аналіз виконання виробничої програми в цілому по

підприємству та по окремих видах продукції.

16. Аналіз виконання плану за обсягами, асортиментом та структурою випущеної продукції в цілому по підприємству.

17. Аналіз трудових ресурсів підприємства.

18. Аналіз продуктивності праці.

19. Аналіз основних засобів підприємства.

20. Аналіз виробничих потужностей підприємства.

21. Аналіз використання основних засобів.

22. Аналіз матеріальних ресурсів підприємства.

23. Загальна схема формування витрат підприємства та їх аналізу, інформаційні джерела аналізу.

24. Аналіз виробничих витрат за елементами, статтями, місцями виникнення витрат, центрами відповідальності, об'єктами калькуляції.

25. Аналіз загально-виробничих, адміністративних та інших операційних витрат.

26. Аналіз собівартості окремих видів продукції.

27. Обґрунтування плану реалізації продукції (робіт) підприємства для досягнення стратегічних цілей підприємства.

28. Аналіз динаміки реалізації продукції, темпів зростання та приросту в цілому по підприємству.

29. Загальна оцінка виконання договірних зобов'язань за обсягом, асортиментом, якістю, цінами та строками постачання продукції.

30. Аналіз обсягу, структури та динаміки реалізації продукції за експортними контрактами.

31. Завдання та інформаційне забезпечення аналізу.

32. Аналіз наявності та руху матеріальних ресурсів.

33. Аналіз стану та використання виробничих запасів.

34. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів.

35. Завдання та інформаційне забезпечення аналізу.

36. Аналіз загальної суми витрат підприємства.

37. Аналіз структури витрат підприємства.

38. Аналіз прямих і непрямих витрат.

39. Оперативний аналіз витрат підприємства.

40. Аналіз рівня і динаміки фінансових результатів.

41. Аналіз доходів і витрат підприємства.

42. Аналіз формування і розподілу прибутку.

43. Аналіз рентабельності продукції.

44. Аналіз рентабельності діяльності підприємства.

45. Аналіз обсягу структури та динаміки експортних операцій.

46. Аналіз ЗЕД підприємства за операціями з імпорту.

47. Аналіз виконання зобов'язань за експортно-імпортними операціями.

48. Аналіз ефективності ЗЕД підприємства.

49. Методика аналізу інвестиційної привабливості об'єктів.

50. Методика аналізу інвестиційних проектів.

51. Аналіз фінансових інвестицій.

52. Загальна оцінка фінансового стану підприємства.
53. Аналіз фінансової стійкості підприємства.
54. Аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства.
55. Аналіз грошових потоків підприємства.
56. Аналіз ділової активності підприємства.
57. Аналіз номенклатури та асортименту продукції.
58. Аналіз ритмічності виробництва.
59. Аналіз виконання договорів поставки продукції.
60. Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Будько О.В. Фінансовий облік. Навчальний посібник / О.В. Будько. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2011. – 336 с.
2. Бухгалтерський облік в Україні з використанням П(С)БО: Навч. посіб. / Должановський М.І., Должановський А.М. – Львів: Львівський банківський інститут НБУ, 2008. – 494 с.
3. Бухгалтерський облік в Україні: навчальний посібник / За ред. Р.Л. Хом'яка, В.І. Лемішовського. – 7-е вид., доп. і перероб. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2009. – 1211 с.
4. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 9-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП „Рута”, 2010. - 931 с.
5. Голов С.Ф. Фінансовий облік: підручник / Голов С.Ф., Костюченко В.М., Кравченко І.Ю., Ямборко Г.А. – К.: Лібра, 2009. – 976 с.
6. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник / Н.М. Ткаченко. – К: Алерта, 2006. – 1080 с.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755 – VI зі змінами та доповненнями
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Затв. наказом МФУ від 31.12.1999 р. № 318.
9. Атамас П. Й. Управлінський облік: 2-ге вид. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
10. Гнилицька Л.В. Управлінський облік. Практикум: навч. посіб. / Гнилицька Л.В., Коршикова Р.С., Поплюйко А.М. – К.: КНЕУ, 2010. – 288 с..
11. Добровський В. М., Гнилицька Л. В., Коршикова Р. С. Управлінський облік: Навч.-метод. посіб. За ред. В. М. Добровського. – К.: КНЕУ, 2005. – 235 с
12. Практикум з фінансового та управлінського обліку за національними стандартами: навчальний посібник / М.Ф.Огійчук, Л.Г. Панченко, Л.О. Сколотій та ін. / За ред. проф. М.Ф.Огійчука.- 2-ге вид., перероб. і доповн.- К.: Алерта, 2013. – 608 с.
13. Фаріон І.Д. Управлінський облік: підручник. – К.: 2012. – 792 с.
14. Аудит : підручник / [О. А. Петрик та ін.] ; за заг. ред. проф. О. А. Петрик ; Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. – Київ : КНЕУ, 2015. – 498 с.
15. Аудит: підручник / наук. ред. І. І. Пилипенка. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2015. – 643 с.

16. Баранова А.О. Аудит: навчальний посібник / А. О. Баранова, Т. А. Наумова., А.І. Кашперська. – Х.: ХДУХТ, 2017. – 246 с.
17. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підруч. для студ. спеціальності „Облік і аудит” вищих навч. закл. - 3-тє вид., доп. і перероб. - Житомир, ПП „Рута”, 2008. - 512 с
18. Труш В.Є Організація і методика аудиту підприємницької діяльності: Навч.-метод. посібник/ В.Є. Труш, Т.А. Каліфська, Т.А. Алексеєва, І.О. Дмитренко.; за ред. проф.. В.Є Труша – Херсон: Олді-плюс, 2002.-128с.
19. Пшенична А. Ж. Аудит: навч. посіб. / Пшенична А. Ж. - К.: Центр учбової літератури, 2008 – 320 с.
20. Савченко В. Я. Аудит: навч. посіб. / В. Я. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002.-322 с.
21. Багров А.П., Багрова І.В. Економічний аналіз: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 160 с.
22. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
23. Економічний аналіз: Навч. посібник/ М.А. Болух, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
24. Єршова Н. Ю. Аналіз господарської діяльності: теорія та практикум : навч. посіб. / Н. Ю. Єршова, О. В. Портна. – Львів : Магнолія 2006, 2015. – 306 с.
25. Мних Є. В. Економічний аналіз [Текст]: підручник / Є.В.Мних. - К.: Знання, 2011. - 630 с.
26. Організація і методика економічного аналізу: навч. посіб / Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 353 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.

60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»

Анотація

Вступне фахове випробування – це перевірка рівня знань, умінь та навичок особи з конкурсних предметів, з навчальних дисциплін за програмою вищого навчального закладу, рівня здібностей до певного виду діяльності, що проводиться з метою оцінювання зазначеного рівня для конкурсного відбору до вищого навчального закладу у формі іспиту. Вимоги до вступних випробувань базуються на нормативних формах державної атестації осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах.

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Підготовка фахівця в галузі бухгалтерського обліку в сучасних умовах – надзвичайно складний та динамічний процес, який вимагає оперативного врахування появи специфічних багаторівневих систем освіти та частих змін діючого законодавства, розробки нових підходів до методики і техніки викладання спеціальних дисциплін тощо.

Магістр – це рівень освіти фахівця, який на основі отриманої кваліфікації бакалавра (спеціаліста) здобув поглиблені спеціальні знання та вміння інноваційного характеру, має первісний досвід їх застосування та продукування нового знання для вирішення проблемних професійних задач у певній галузі народного господарства. Підготовка магістра з обліку і оподаткування повинна включати поглиблене вивчення фундаментальних, гуманітарних, спеціальних, економічних, облікових, психолого-педагогічних наук, а також отримання науково-практичних навиків. У зв'язку з цим, метою вступного фахового випробування є з'ясування набутих теоретичних та практичних навиків в галузі обліку, контролю та аналізу, які б дозволяли робити висновки, розробляти власні рекомендації, спрямовані на удосконалення не лише облікового процесу, а й процесу управління підприємствами в цілому, здійснювати наукові узагальнення тощо. Тобто претендент на зарахування має продемонструвати отримані практичні та теоретичні навички інноваційного характеру.

Абітурієнти повинні

знати: основи фінансовий і управлінського обліку, аудиту та аналізу господарської діяльності;

вміти:

- проводити аналіз господарської діяльності підприємства та фінансовий аналіз з метою прийняття управлінських рішень;

- здійснювати облікові процедури із застосуванням спеціалізованих інформаційних систем і комп'ютерних технологій;
- застосовувати методики проведення аудиту;
- застосовувати методи бухгалтерського обліку та аналізу діяльності для здійснення оцінки ефективності діяльності підприємств та ін.

Вступне фахове випробування базується на вимогах до знань та вмінь випускника рівня освіти бакалавр і включає зміст навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Фінансовий облік.
2. Управлінський облік.
3. Аудит.
4. Аналіз господарської діяльності.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

I. ФІНАНСОВИЙ ОБЛІК

Визнання основних засобів активом відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби». Класифікація основних засобів для фінансового (відповідно до плану рахунків – рахунки 10, 11), економічна класифікація і для цілей податкового обліку. Види оцінок основних засобів. Первісна оцінка основних засобів. Амортизація і знос основних засобів. Види (планова, фінансова, бухгалтерська, податкова, економічна для прийняття управлінських рішень) і методи нарахування амортизацій. Переоцінка основних засобів – дооцінка і уцінка: проводки, документування. Надходження і вибуття основних засобів: проводки, документування. Облік ремонтів основних засобів (поточного і капітального), особливості розрахунку вартості, віднесення на витрати чи капіталізацію, документування для фінансової і податкової звітності. Порядок переведення основних засобів на консервацію. Розкриття інформації про основні засоби у Примітках до фінансової звітності.

Економічна суть, визнання, оцінка, класифікація нематеріальних активів. Нормативно-правове регулювання обліку нематеріальних активів. Документальне забезпечення операцій з руху нематеріальних активів. Облік руху нематеріальних активів у системі рахунків. Облік амортизації та переоцінки. Розкриття інформації про нематеріальні активи у Примітках до фінансових звітів.

Визначення та класифікація оренди. Облік фінансової (лізинг) і операційної оренди основних засобів: проводки, документування. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендаря. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендаря. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.

Суть, види та класифікація інвестицій. Нормативно-правове регулювання інвестиційної діяльності. Облік довгострокових фінансових інвестицій у системі рахунків. Оцінка довгострокових фінансових інвестицій. Розкриття інформації про довгострокові фінансові інвестиції у фінансовій звітності підприємств.

Економічна суть і класифікація запасів. Нормативно-правове регулювання обліку виробничих запасів. Документальне забезпечення операцій з руху запасів. Складський облік виробничих запасів. Облік виробничих запасів у системі рахунків та їх оцінка на дату балансу. Оцінка виробничих запасів при їх вибутті. Особливості обліку малоцінних швидкозношуваних предметів. Відображення операцій з виробничими запасами у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Економічна суть і нормативно-правове регулювання дебіторської заборгованості. Оцінка дебіторської заборгованості та облік резерву сумнівних боргів. Облік і документальне забезпечення розрахунків з покупцями і замовниками. Облік інших видів поточної дебіторської заборгованості. Розкриття інформації про дебіторську заборгованість у облікових регістрах і фінансовій звітності.

Сутність зобов'язань, їх види та визнання. Нормативно-правове регулювання операцій з обліку зобов'язань. Облік довгострокових позик у системі рахунків. Облік інших довгострокових зобов'язань. Відображення операцій за довгостроковими зобов'язаннями у облікових регістрах та фінансовій звітності

Сутність короткострокових зобов'язань, їх склад та визнання. Нормативно-правове регулювання обліку короткострокових зобов'язань. Документальне забезпечення операцій за поточними зобов'язаннями. Облік короткострокових зобов'язань у системі рахунків. Відображення операцій за короткостроковими зобов'язаннями у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Сутність власного капіталу та його складові. Нормативно-законодавче забезпечення обліку власного капіталу. Документальне забезпечення операцій з обліку статутного капіталу. Облік власного капіталу у системі рахунків. Розкриття інформації про власний капітал у фінансовій звітності.

Суть операцій в іноземній валюті. Визнання курсових різниць. Розрахунки з підзвітними особами в іноземній валюті. Облік часткових авансів в іноземній валюті. Відображення операцій з іноземною валютою на рахунках бухгалтерського обліку. Документування операцій з іноземною валютою.

Облік операцій в іноземній валюті. Головні терміни та визначення. Оцінка доходів за будівельним контрактом. Відображення будівельних контрактів в обліку.

Суть, визнання доходу та його класифікація. Законодавчо-нормативна база обліку доходів. Облік доходу операційної діяльності. Облік доходу неопераційної діяльності.

Облік витрат операційної діяльності. Облік інших витрат діяльності підприємства. Відображення витрат діяльності у облікових регістрах та фінансовій звітності.

Порядок визначення фінансового результату діяльності підприємства. Облік поточного податку на прибуток. Облік тимчасових різниць, що підлягають оподаткуванню. Облік тимчасових різниць, що підлягають вирахуванню. Відображення доходів, витрат діяльності та прибутку в облікових регістрах та фінансовій звітності.

Порядок складання, подання й оприлюднення фінансової звітності. Бухгалтерський баланс: будова, зміст, призначення. Контрактивні і контрпасивні статті балансу. Призначення та складання Звіту про фінансові результати. Вимоги та порядок складання Звіту про рух грошових коштів. Вимоги щодо заповнення та подання Звіту про власний капітал. Формування приміток до фінансових звітів. виправлення помилок і зміни у фінансових звітах.

II. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК

Сутність та зміст управлінського обліку, його формування і розвиток. Предмет, об'єкт та методи управлінського обліку.

Основні принципи класифікацій витрат. Класифікація витрат за напрямками обліку. Поведінка витрат в залежності від їх класифікації. Методи визначення функції витрат.

Облік і контроль витрат за економічними елементами та статтями калькуляції. Визначення об'єктів витрат, центрів витрат та центрів відповідальності. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за об'єктами обліку. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за повнотою врахування витрат. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за ступенем нормованості витрат. Існуючі підходи до обліку і розподілу виробничих накладних витрат

Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за повнотою врахування витрат. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції за ступенем нормованості витрат. Існуючі підходи до обліку і розподілу виробничих накладних витрат

Відмінність між калькуляцією собівартості з повним розподілом витрат і калькуляцією собівартості за змінними витратами. Переваги і недоліки калькуляції з повним розподілом витрат і директ-костингу.

Значення системи обліку та калькулювання собівартості продукції за нормативними витратами. Організація нормативного методу обліку витрат і калькулювання собівартості продукції.

Взаємозв'язок витрат, обсягу діяльності та прибутку. Визначення та аналіз сфери беззбиткової діяльності. Маржинальний підхід до аналізу діяльності підприємства. Показники рівня підприємницького ризику.

Підготовка управлінської інформації на основі даних обліку. Оцінка та вибір методів ціноутворення. Аналіз формування оборотного капіталу по стадіям операційного циклу.

Сутність бюджетування та види бюджетів. Розробка бюджетів. Контроль та аналіз виконання бюджетів.

Сутність і види центрів відповідальності та оцінка їхньої діяльності. Сутність і методи трансфертного ціноутворення.

Завдання управлінського обліку та його відмінності від фінансового обліку. Організаційні аспекти управлінського обліку.

III. АУДИТ

Виникнення аудиту, та розвиток аудиторської діяльності. Суспільна потреба в аудиті. Призначення та необхідність виникнення аудиту. Теоретичне

обґрунтування необхідного виникнення: потреби потенційного або існуючого інвестора, теорія агентів, теорія мотивацій. Етапи розвитку аудиту (підтверджуючий, системоорієнтований, ризикоорієнтований) та їх характеристика. Ознаки необхідності виникнення аудиту та розвиток аудиторської діяльності в Україні.

Визначення аудиту. Основні елементи визначення аудиту. Поняття аудиторської діяльності та її складові. Мета аудиту. Класифікація аудиту за певними ознаками та її практичне застосування. Відмінність аудиту від ревізії фінансово-господарської діяльності підприємства. Аудиторські послуги, їх об'єкти і види.

Регулювання аудиторської діяльності в Україні. Саморегулювання - найважливіша умова забезпечення незалежності аудиту. Суб'єкти аудиторської діяльності: аудитори та аудиторські фірми. Суб'єкти регулювання аудиторської діяльності: держава та професійні організації. Аудиторська палата України, Спілка аудиторів України, Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, їх повноваження, функції та обов'язки.

Сертифікація аудиторів. Термін чинності сертифікату та підтвердження професійної придатності аудиторів. Порядок отримання та скасування сертифікату. Поняття стандартів і норм аудиту. Загальні умови проведення аудиту та надання інших аудиторських послуг. Основні етапи процесу аудиту. Процедура вибору замовника і укладання договору.

Міжнародна регламентація аудиторської діяльності. Основні постулати, як базові пропозиції, послідовні передумови, логічні принципи і необхідні умови. Міжнародні стандарти аудиту та їх характеристика. Національні нормативи аудиту їх характеристика, застосування. Кодекс професійної етики аудиторів України.

Принципи аудиту: етичні (незалежність, об'єктивність, компетентність, конфіденційність, доброзичливість) та їх характеристика. Принципи незалежності та її правові, етичні та економічні аспекти.

Предмет аудиту. Адекватність відображення господарського факту як предмет аудиту. Інтерпретація господарського факту та оцінка його на відповідність. Характеристика системи облікового відображення господарського факту. Об'єкти аудиту їх класифікація та параметризація.

Поняття методу та методика аудиту. Методи аудиту. Поєднання методів документальної комплексної ревізії, судово-бухгалтерської експертизи, аналізу господарської діяльності.

Підприємницький ризик та його характеристика. Поняття аудиторського ризику та його складові. Внутрішній ризик підприємства та фактори, що його обумовлюють. Система внутрішнього аудиту на підприємстві: його сутність, об'єкти, суб'єкти, методичні прийоми. Методичні прийоми внутрішнього контролю. Процедури контролю - спеціальні перевірки, що виконуються персоналом підприємства. Вивчення та оцінка системи внутрішнього контролю. Документування результатів вивчення системи внутрішнього контролю. Тестування системи внутрішнього контролю. Відмінності внутрішнього аудиту від зовнішнього. Ризик контролю, його визначення та складові. Ризик не

виявлення. Залежність між ризиком контролю і ризиком не виявлення. Припустимий аудиторський ризик. Модель аудиторського ризику та її використання на практиці.

Кількісна оцінка аудиторського ризику та правила, яких необхідно дотримуватись при її застосуванні. Оцінка ризику у процесі аудиту. Залежність між компонентами моделі аудиторського ризику. Поняття суттєвості та її оцінка. Послідовність застосування суттєвості на різних етапах аудиту. Суттєве та несуттєве відхилення. Обман та помилка: визначення та фактори, що їх зумовлюють.

Планування аудиту, його мета, конкретизація завдань аудиту у процесі планування. Етапи планування. Попереднє планування аудиторської перевірки. Збір загальних відомостей про клієнта. Прийняття рішень про продовження аудиту для клієнта та згоду на аудит для нового клієнта. Оцінка аудиторського ризику. Загальний план аудиту, його зміст. Програма аудиту та її складові.

Аудиторські процедури, їх призначення та види. Аналітичні процедури: поняття, значення та необхідність їх використання в аудиті.

Поняття аудиторської вибірки. Місце вибіркової перевірки в процесі аудиту. Мета вибіркової перевірки. Статистичні та нестатистичні методи вибірки. Види вибірових перевірок. Використання вибірки при оцінці внутрішнього контролю. Фактори, що впливають на обсяг вибірки. Інтерпретація результатів вибірки. Процедури, що не є вибіровими.

Аудиторські докази. Класифікація доказів. Основні умови збору доказів. Прийоми і процедури отримання аудиторських доказів. Джерела аудиторських доказів. Основні фактори, які формують вимоги до аудиторських доказів. Вимоги до кількості та якості доказів. Залежність між аудиторськими доказами, ризиком та суттєвістю.

Поняття і класифікація робочих документів аудитора. Робочі документи, створені під час планування, підготовки, проведення перевірки, узагальнення її даних, а також документальна інформація, одержана в ході аудиту від третіх осіб. Класифікація робочих документів аудитора: за часом ведення і використання; за способом і за часом ведення і використання; за способом за джерелами одержання; за ступенем деталізації, за ступенем стандартизації; за формою представлення; за тенденціями складання.

Методика складання робочих документів аудитора і ведення аудиторського дос'є. Організаційні, адміністративні документи аудиторських процедур по окремих статтях річного звіту та інші аудиторські дані, висновок, рекомендації (пропозиції).

Підсумковий контроль. Загальні вимоги до аудиторського висновку. Види аудиторських висновків. Позитивний висновок, умови його представлення. Обставини для неподання безумовно-позитивного висновку: невпевненість та незгода. Умовно-позитивний висновок. Фундаментальна та не фундаментальна невпевненість або незгода та їх причини. Негативний висновок та умови його представлення. Відмова від видання висновку. Вимоги до стилю формування аудиторського висновку. Порядок складання та подання аудиторських висновків. Рішення користувачів звітності за результатами аудиту.

Завдання та послідовність аудиту активів та зобов'язань. Джерела інформації для проведення аудиту грошових коштів та готівкових операцій.

Аудит забезпечення збереженості касової готівки та дотримання касової дисципліни, вимог чинного законодавства щодо здійснення касових операцій. Перевірка операцій на рахунках у банках. Аудит дебіторської заборгованості.

Аудит наявності та руху основних засобів і нематеріальних активів. Аудит праці і заробітної плати. Аудит формування статутного капіталу суб'єктів господарювання та його особливості. Аудит руху та використання капіталу за видами. Організація та методика аудиту поточних зобов'язань та кредитних операцій. Перевірка використання та своєчасності повернення короткострокових позик і довгострокових кредитів та їх забезпечення.

Зміст перевірки бухгалтерського обліку. Основні процедури та методика перевірки обліку. Перевірка відповідності даних обліку і звітності. Перевірка даних облікових реєстрів та бухгалтерських документів. Використання методики експрес-аналізу для економічного читання бухгалтерської звітності. Аудиторська оцінка фінансово-економічного потенціалу підприємства та ефективності його використання. Аудит операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Завдання та послідовність аудиту об'єктів приватизації.

Аудиторська (експертна) оцінка об'єктів приватизації. Аудит інвестиційної та довірчої діяльності. Аудит операцій з акціями, облігаціями та іншими цінними паперами довгострокового та короткострокового призначення.

Аудит експортно-імпортних та валютних операцій. Аудиторська перевірка ліквідності та фінансової стійкості господарюючих суб'єктів.

IV. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Економічна сутність економічного аналізу, мета, завдання, предмет, об'єкти та суб'єкти аналізу. Місце аналізу в системі управління. Функціональна та цільова орієнтація економічного аналізу. Функції економічного аналізу. Види економічного аналізу, їх класифікація та сфери застосування. Принципи економічного аналізу та його ключові категорії.

Метод економічного аналізу. Класифікація методичних прийомів аналізу залежно від цілей та інформаційних можливостей. Абстрактно-логічні прийоми економічного аналізу, їх сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування. Описові кількісні прийоми економічних досліджень, їх сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування. Сучасні прийоми візуалізації аналітичних досліджень (графічні прийоми, матричний аналіз, аналіз в системі координат). Прийоми факторного аналізу для ретроспективного дослідження та методика їх застосування.

Загальні підходи до організації економічного аналізу. Інформаційно-методичне забезпечення економічного аналізу. Оформлення результатів економічного аналізу. Організація аналітичних досліджень в умовах застосування інформаційних технологій.

Роль і значення аналізу фінансового стану в сучасних умовах розвитку економіки. Склад та зміст фінансової звітності підприємств. Основні види аналізу фінансової звітності. Аналіз фінансової стійкості, ділової та ринкової

активності підприємства. Коефіцієнтний аналіз прибутковості.

Значення, завдання аналізу фінансових результатів. Звіт про фінансові результати як джерело інформації аналізу фінансових результатів. Загальний порівняльний аналіз та аналіз динаміки і структури фінансових результатів за видами діяльності. Аналіз валового прибутку і визначення резервів його збільшення. Факторний аналіз валового та операційного прибутку. Система відносних показників прибутковості (рентабельності) підприємства та окремих видів продукції.

Звіт про рух грошових коштів, як інформаційне джерело аналізу. Загальний аналіз грошових потоків: горизонтальний і вертикальний аналіз. Методика аналізу руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та операційної діяльності. Коефіцієнтний аналіз руху грошових коштів. Методика аналізу обсягу, структури та динаміки інвестицій. Методи оцінки інвестиційних проектів.

Аналітичне обґрунтування виробничої програми з метою максимізації доходу та операційного прибутку. Факторний аналіз виконання виробничої програми в цілому по підприємству та по окремих видах продукції. Аналіз виконання плану за обсягами, асортиментом та структурою випущеної продукції в цілому по підприємству. Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції.

Види та класифікація виробничих ресурсів підприємства. Аналіз трудових ресурсів підприємства. Аналіз чисельності, складу та руху робочої сили. Аналіз використання робочого часу. Аналіз продуктивності праці. Пошук резервів підвищення продуктивності праці та збільшення випуску продукції.

Аналіз основних засобів підприємства. Аналіз забезпеченості підприємства основними засобами. Аналіз виробничих потужностей підприємства. Аналіз використання основних засобів. Аналіз використання обладнання. Аналіз матеріальних ресурсів підприємства. Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами. Аналіз використання матеріальних ресурсів. Аналіз виробничого потенціалу підприємства та організаційно-технічного рівня виробничого процесу.

Загальна схема формування витрат підприємства та їх аналізу, інформаційні джерела аналізу. Аналіз виробничих витрат за елементами, статтями, місцями виникнення витрат, центрами відповідальності, об'єктами калькуляції. Аналіз матеріальних витрат та витрат на оплату праці. Аналіз загальновиробничих, адміністративних та інших операційних витрат. Аналіз собівартості окремих видів продукції.

Обґрунтування плану реалізації продукції (робіт) підприємства для досягнення стратегічних цілей підприємства. Аналіз динаміки реалізації продукції, темпів зростання та приросту в цілому по підприємству. Загальна оцінка виконання договірних зобов'язань за обсягом, асортиментом, якістю, цінами та строками постачання продукції. Аналіз обсягу, структури та динаміки реалізації продукції за експортними контрактами.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

І. ФІНАНСОВИЙ ОБЛІК

61. Визнання основних засобів.
62. Класифікація основних засобів.
63. Придбання та первісна оцінка основних засобів.
64. Подальші витрати, пов'язані з експлуатацією основних засобів.
65. Амортизація основних засобів.
66. Амортизація інших необоротних матеріальних активів.
67. Зміна строку корисного використання.
68. Зміна методу нарахування амортизації.
69. Переоцінка основних засобів.
70. Зменшення корисності основних засобів.
71. Вибуття основних засобів.
72. Визнання нематеріальних активів.
73. Оцінка нематеріальних активів.
74. Амортизація нематеріальних активів.
75. Оцінка нематеріальних активів у звітності.
76. Вибуття нематеріальних активів.
77. Типові помилки відображення в обліку та звітності нематеріальних активів.
78. Визначення та класифікація оренди.
79. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендаря.
80. Операційна оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.
81. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендаря.
82. Фінансова оренда: відображення в фінансових звітах орендодавця.
83. Продаж активу з укладанням угоди про його одержання продавцем в оренду.
84. Первісна оцінка фінансових інвестицій.
85. Оцінка фінансових інвестицій на дату балансу.
86. Відображення фінансових інвестицій за справедливою вартістю.
87. Відображення фінансових інвестицій за собівартістю з урахуванням зменшення корисності.
88. Відображення фінансових інвестицій за амортизованою собівартістю.
89. Облік фінансових інвестицій за методом участі в капіталі.
90. Відображення в обліку операцій між інвестором і об'єктом інвестування.
91. Облік фінансових інвестицій у спільну діяльність.
92. Визнання запасів.
93. Класифікація запасів.
94. Первісна оцінка запасів та відображення їх в обліку.
95. Вибуття запасів: оцінка та відображення в обліку.
96. Вибуття МШП.
97. Відображення запасів у звітності, переоцінка запасів.
98. Визнання дебіторської заборгованості.
99. Класифікація дебіторської заборгованості.

100. Первісна оцінка дебіторської заборгованості та її зарахування на баланс.
101. Довгострокова дебіторська заборгованість.
102. Поточна дебіторська заборгованість.
103. Векселі одержані.
104. Дебіторська заборгованість за розрахунками.
105. Оцінка поточної дебіторської заборгованості на дату балансу.
106. Списання дебіторської заборгованості.
107. Визнання зобов'язань і класифікація зобов'язань.
108. Визнання, оцінка і класифікація капіталу.
109. Облік операцій в іноземній валюті.
110. Оцінка доходів за будівельним контрактом.
111. Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).
112. Визнання та класифікація витрат.
113. Облік адміністративних витрат та витрат на збут.
114. Облік поточного податку на прибуток.
115. Фінансова діяльність підприємства.
116. Розкриття облікової політики.
117. Розкриття інформації щодо фінансових інвестицій.
118. Відображення змін облікової оцінки у обліку та звітності.
119. Відображення змін в обліковій політиці.
120. Ускладнені випадки внесення змін в обліку та звітності.

II. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК

31. Сутність і призначення управлінського обліку, його взаємозв'язок з системою бухгалтерського обліку підприємства. Проблеми становлення та розвитку управлінського обліку в Україні
32. Виробничі процеси, як об'єкт управлінського обліку. Організація управлінського обліку та шляхи його вдосконалення на підприємстві (в торгівлі, промисловості та ін.).
33. Характеристика і класифікація витрат, практичне застосування існуючих класифікацій.
34. Витрати підприємства, їх групування, класифікація і поведінка. Аналіз динаміки витрат виробництва та прийняття управлінських рішень.
35. Класифікація витрат у вітчизняному і закордонному обліку.
36. Інформаційна база управлінського аналізу ефективності господарської діяльності.
37. Управлінський облік і звітність як база управлінського аналізу.
38. Методи розподілу витрат і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг).
39. Облік витрат і калькулювання собівартості продукції.
40. Вплив методу обліку витрат на величину собівартості.
41. Поведінка і функції витрат. Планування, регулювання та прийняття рішень щодо управління виробничими витратами
42. Управлінський облік оцінки незавершеного виробництва та полуфабрикатів.

43. Управлінський облік і прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності.
44. Система позамовного та попроцесного калькулювання собівартості продукції, їх порівняльна характеристика.
45. Нормативний облік витрат і калькулювання собівартості продукції.
46. Облік витрат комплексного виробництва та калькулювання собівартості вироблених продуктів..
47. Нормативи та відхилення від них як засіб контролю за витратами.
48. Методи обліку і розподілу виробничих накладних витрат.
49. Система калькулювання змінних витрат та її використання для прийняття управлінських рішень.
50. Аналіз взаємозв'язку витрат з обсягами діяльності та прибутком. Аналіз безбитковості виробництва.
51. Методи, етапи та послідовність прийняття рішень по використанню ресурсів в умовах обмежень.
52. Управлінський аналіз і ціноутворення. Ціна на продукт, зв'язок між обсягом виробництва та прибутком.
53. Облік по центрах відповідальності. Оцінка діяльності центрів відповідальності та трансфертне ціноутворення.
54. Організація і алгоритм бюджетного планування, контроль виконання бюджетів і аналіз відхилень.
55. Визначення впливу на прибуток методу обліку витрат на виробництво.
56. Сутність, основні характеристики та призначення методів «стандарт-костинг» та «директ-костинг», їх порівняльна характеристика.
57. Оцінка діяльності центрів відповідальності, розподіл витрат між центрами відповідальності.
58. Вибір системи оцінки діяльності, системи обліку і внутрішній контроль.
59. Внутрішньогосподарська звітність та її аналіз у системі управлінського обліку.
60. Основні концепції зниження собівартості продукції.

III. АУДИТ

71. Що таке аудит і його розвиток в Україні.
72. Робоча та підсумкова документація аудитора.
73. Мета і основні завдання аудиту.
74. Внутрішні аудиторські стандарти.
75. Стандарти, робочі стандарти та національні нормативи аудиту.
76. Організація аудиторської вибірки.
77. Аудиторський висновок та інші підсумкові офіційні документи.
78. Внутрішній і зовнішній аудит. Поняття і характеристика.
79. Принципи, предмет і об'єкти аудиторського контролю
80. Аудит і ревізія. Поняття, схожість і відмінності.
81. Використання роботи експерта при аудиті.
82. Власні і методичні прийоми аудиту. Їх склад і характеристика.

83. Права і обов'язки аудиторів.
84. Порядок заняття і сертифікація аудиторської діяльності.
85. Основні принципи проведення аудиту.
86. Права, обов'язки і відповідальність аудиторів.
87. Використання результатів роботи внутрішнього аудитора.
88. Планування аудиту.
89. Договір на проведення аудиту. Обов'язки господарюючих суб'єктів при проведенні аудиту.
90. Програма аудиту.
91. Порядок проведення аудиту та надання аудиторських послуг.
92. Етапи і процедури аудиту.
93. Послідовність аудиторської перевірки.
94. Професійна громадська організація аудиторів України (спілки аудиторів України).
95. Аудиторський ризик. Його сутність, види і характеристика.
96. Аудиторська палата України, її створення, повноваження та функціонування.
97. Етика аудиту.
98. Аудиторських доказів. Їх суть і фактори, які впливають на достовірність.
99. Сертифікація та ліцензування аудиторів.
100. Аудиторські докази. Їх сутність, джерела і процедури отримання.
101. Відповідальність за дотримання порядку ведення бухгалтерського обліку.
102. Робочі документи аудитора. Функції робочих документів, їх склад інформації.
103. Обов'язкове проведення аудиту.
104. Аудиторська документація, її види.
105. Користувачі бухгалтерської звітністю.
106. Початкова, дослідна і завершальна стадії аудиту.
107. Аудитор. Права і обов'язки аудитора
108. Аудит операцій по поточному рахунку та інших грошових коштів.
109. Аудит розрахунків з використанням векселів.
110. Аудит розрахунків з підзвітними особами.
111. Аудит витрат на відрядження.
112. Аудит основних засобів.
113. Аудит виробничої діяльності.
114. Порядок проведення та джерела інформації інвентаризації при аудиті виробничої діяльності.
115. Аудит витрат на поточний і капітальний ремонт.
116. Джерела інформації та етапи проведення аудиту готової продукції.
117. Аудит собівартості продукції.
118. Аудит матеріальних цінностей. Об'єкти аудиту.
119. Джерела інформації аудиту фінансових результатів.
120. Напрями, за якими робиться оцінка фінансового стану підприємства.

121. Аудит розрахунків по заробітній платі.
122. Аудит розрахунків з бюджетом та державними цільовими фондами.
123. Аудит дебіторської заборгованості.
124. Аудит кредиторської заборгованості.
125. Аудит продажу товарів, надання робіт і послуг.
126. Аудит валових витрат і валового доходу підприємства.
127. Аудит товарно-матеріальних цінностей.
128. Аудит малоцінних і швидкозношуваних предметів.
129. Аудит розрахунків з покупцями і замовниками.
130. Аудит довгострокових позик і векселів.
131. Аудит кредитів, позик і депозитів.
132. Аудит розрахунків з постачальниками і підрядниками.
133. Аудит розрахунків за податками і платежами.
134. Аудит розрахунків з оплати праці.
135. Аудит фінансової звітності.
136. Аудит фінансового стану підприємства.
137. Особливості аудиту комерційних банків.
138. Джерела інформації аудиту готової продукції.
139. Аудит систем бухгалтерського обліку та фінансової звітності.
140. Аудит інтелектуальної власності.

IV. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

61. Мета, завдання, предмет, об'єкти та суб'єкти АГД. Місце аналізу в системі управління.
62. Основні функції та ключові категорії АГД.
63. Сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування абстрактно-логічних прийомів АГД.
64. Сутність, функціональна спрямованість та сфери застосування описово-кількісних прийомів АГД.
65. Сучасні прийоми візуалізації аналітичних досліджень.
66. Прийоми факторного аналізу для ретроспективного дослідження та методика їх застосування.
67. Загальні підходи до організації АГД на підприємстві
68. Значення, завдання аналізу фінансових результатів. Звіт про фінансові результати як джерело інформації аналізу фінансових результатів.
69. Аналіз валового прибутку і визначення резервів його збільшення. Факторний аналіз валового та операційного прибутку.
70. Система відносних показників прибутковості (рентабельності) підприємства та окремих видів продукції.
71. Методика аналізу руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та операційної діяльності.
72. Коефіцієнтний аналіз руху грошових коштів.
73. Методи оцінки інвестиційних проектів.
74. Аналітичне обґрунтування виробничої програми з метою максимізації доходу та операційного прибутку.
75. Факторний аналіз виконання виробничої програми в цілому по

підприємству та по окремих видах продукції.

76. Аналіз виконання плану за обсягами, асортиментом та структурою випущеної продукції в цілому по підприємству.

77. Аналіз трудових ресурсів підприємства.

78. Аналіз продуктивності праці.

79. Аналіз основних засобів підприємства.

80. Аналіз виробничих потужностей підприємства.

81. Аналіз використання основних засобів.

82. Аналіз матеріальних ресурсів підприємства.

83. Загальна схема формування витрат підприємства та їх аналізу, інформаційні джерела аналізу.

84. Аналіз виробничих витрат за елементами, статтями, місцями виникнення витрат, центрами відповідальності, об'єктами калькуляції.

85. Аналіз загально-виробничих, адміністративних та інших операційних витрат.

86. Аналіз собівартості окремих видів продукції.

87. Обґрунтування плану реалізації продукції (робіт) підприємства для досягнення стратегічних цілей підприємства.

88. Аналіз динаміки реалізації продукції, темпів зростання та приросту в цілому по підприємству.

89. Загальна оцінка виконання договірних зобов'язань за обсягом, асортиментом, якістю, цінами та строками постачання продукції.

90. Аналіз обсягу, структури та динаміки реалізації продукції за експортними контрактами.

91. Завдання та інформаційне забезпечення аналізу.

92. Аналіз наявності та руху матеріальних ресурсів.

93. Аналіз стану та використання виробничих запасів.

94. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів.

95. Завдання та інформаційне забезпечення аналізу.

96. Аналіз загальної суми витрат підприємства.

97. Аналіз структури витрат підприємства.

98. Аналіз прямих і непрямих витрат.

99. Оперативний аналіз витрат підприємства.

100. Аналіз рівня і динаміки фінансових результатів.

101. Аналіз доходів і витрат підприємства.

102. Аналіз формування і розподілу прибутку.

103. Аналіз рентабельності продукції.

104. Аналіз рентабельності діяльності підприємства.

105. Аналіз обсягу структури та динаміки експортних операцій.

106. Аналіз ЗЕД підприємства за операціями з імпорту.

107. Аналіз виконання зобов'язань за експортно-імпортними операціями.

108. Аналіз ефективності ЗЕД підприємства.

109. Методика аналізу інвестиційної привабливості об'єктів.

110. Методика аналізу інвестиційних проектів.

111. Аналіз фінансових інвестицій.

112. Загальна оцінка фінансового стану підприємства.
113. Аналіз фінансової стійкості підприємства.
114. Аналіз ліквідності та платоспроможності підприємства.
115. Аналіз грошових потоків підприємства.
116. Аналіз ділової активності підприємства.
117. Аналіз номенклатури та асортименту продукції.
118. Аналіз ритмічності виробництва.
119. Аналіз виконання договорів поставки продукції.
120. Аналіз якості та конкурентоспроможності продукції.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

27. Бурдюк О.В. Фінансовий облік. Навчальний посібник / О.В. Бурдюк. – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2011. – 336 с.
28. Бухгалтерський облік в Україні з використанням П(С)БО: Навч. посіб. / Должановський М.І., Должановський А.М. – Львів: Львівський банківський інститут НБУ, 2008. – 494 с.
29. Бухгалтерський облік в Україні: навчальний посібник / За ред. Р.Л. Хом'яка, В.І. Лемішовського. – 7-е вид., доп. і перероб. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2009. – 1211 с.
30. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник / За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 9-е вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП „Рута”, 2010. - 931 с.
31. Голов С.Ф. Фінансовий облік: підручник / Голов С.Ф., Костюченко В.М., Кравченко І.Ю., Ямборко Г.А. – К.: Лібра, 2009. – 976 с.
32. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: Підручник / Н.М. Ткаченко. – К: Алерта, 2006. – 1080 с.
33. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755 – VI зі змінами та доповненнями
34. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Затв. наказом МФУ від 31.12.1999 р. № 318.
35. Атамас П. Й. Управлінський облік: 2-ге вид. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
36. Гнилицька Л.В. Управлінський облік. Практикум: навч. посіб. / Гнилицька Л.В., Коршикова Р.С., Поплюйко А.М. – К.: КНЕУ, 2010. – 288 с..
37. Добровський В. М., Гнилицька Л. В., Коршикова Р. С. Управлінський облік: Навч.-метод. посіб. За ред. В. М. Добровського. – К.: КНЕУ, 2005. – 235 с
38. Практикум з фінансового та управлінського обліку за національними стандартами: навчальний посібник / М.Ф.Огійчук, Л.Г. Панченко, Л.О. Сколотій та ін. / За ред. проф. М.Ф.Огійчука.- 2-ге вид., перероб. і доповн.- К.: Алерта, 2013. – 608 с.
39. Фаріон І.Д. Управлінський облік: підручник. – К.: 2012. – 792 с.
40. Аудит : підручник / [О. А. Петрик та ін.] ; за заг. ред. проф. О. А. Петрик ; Держ. ВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”. – Київ : КНЕУ, 2015. – 498 с.
41. Аудит: підручник / наук. ред. І. І. Пилипенка. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2015. – 643 с.

42. Баранова А.О. Аудит: навчальний посібник / А. О. Баранова, Т. А. Наумова., А.І. Кашперська. – Х.: ХДУХТ, 2017. – 246 с.
43. Бутинець Ф.Ф. Аудит: Підруч. для студ. спеціальності „Облік і аудит” вищих навч. закл. - 3-тє вид., доп. і перероб. - Житомир, ПП „Рута”, 2008. - 512 с
44. Труш В.Є Організація і методика аудиту підприємницької діяльності: Навч.-метод. посібник/ В.Є. Труш, Т.А. Каліфська, Т.А. Алексеєва, І.О. Дмитренко.; за ред. проф.. В.Є Труша – Херсон: Олді-плюс, 2002.-128с.
45. Пшенична А. Ж. Аудит: навч. посіб. / Пшенична А. Ж. - К.: Центр учбової літератури, 2008 – 320 с.
46. Савченко В. Я. Аудит: навч. посіб. / В. Я. Савченко. – К.: КНЕУ, 2002.-322 с.
47. Багров А.П., Багрова І.В. Економічний аналіз: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 160 с.
48. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
49. Економічний аналіз: Навч. посібник/ М.А. Болух, В.З. Бурчевський, М.І. Горбатов та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
50. Єршова Н. Ю. Аналіз господарської діяльності: теорія та практикум : навч. посіб. / Н. Ю. Єршова, О. В. Портна. – Львів : Магнолія 2006, 2015. – 306 с.
51. Мних Є. В. Економічний аналіз [Текст]: підручник / Є.В.Мних. - К.: Знання, 2011. - 630 с.
52. Організація і методика економічного аналізу: навч. посіб / Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 353 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.

60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«ОПОДАТКУВАННЯ»

Анотація

Метою фахового випробування абітурієнтів для участі в конкурсі щодо зарахування на навчання для отримання освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування», освітньою програмою «Оподаткування» на основі освітнього ступеня «Бакалавр» є з'ясування рівня систематизації та узагальнення теоретичних знань та практичних навиків самостійної роботи для розв'язання конкретних завдань у сфері обліку та оподаткування.

Фахівці з обліку та оподаткування повинні бути підготовлені для обліково-аналітичної роботи на підприємствах та організаціях, виконувати зазначену професійну роботу згідно з Класифікатором професій ДК 003 : 2010 (прийнято та надано чинності: наказ Держспоживстандарту України від 28 липня 2010 року за № 327) і займати первинні посади згідно з довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників: інспектори митної служби, інспектори податкової служби, бухгалтер, економіст, фінансист та інші.

Підготовка фахівців з оподаткування спрямована, перш за все, на набуття знань і формування професійної компетенції, необхідних для здійснення діяльності в сфері оподаткування. Область професійної діяльності спеціаліста і магістра з оподаткування – організація податкового обліку на підприємстві та забезпечення надійної системи нарахування та сплати податків, зокрема: планування та бюджетування податків, техніко-економічне обґрунтування реальних податків на основі аналізу діяльності підприємства та законодавчо-нормативної бази, формування джерел сплати податків. Крім того магістри з оподаткування затребувані у податковій службі та у консалтингових фірмах.

Посади, на яких може працювати випускник спеціалізації «Оподаткування»: керівники фінансових, бухгалтерських, економічних, юридичних та адміністративних підрозділів підприємств та установ, головні фахівці - керівники фінансових підрозділів та бухгалтерії підприємств та установ, інспектори фіскальної служби, консультанти консалтингових фірм тощо.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: теоретичні основи обліку і оподаткування;

вміти: виконувати податкові розрахунки; вести облік господарської діяльності та ін.

Вступне фахове випробування включає зміст навчальних дисциплін професійної підготовки: 1. Податковий облік і звітність. 2. Фінанси.

Організація вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Податковий облік і звітність

Загальнодержавні та місцеві податки і збори. Принципи оподаткування. Класифікація податків і зборів. Організація роботи фіскальної служби. Порядок нарахування ПДВ. Механізм нарахування акцизного податку. Механізм нарахування податку на прибуток. Механізм справляння ПДФО. Механізм справляння місцевих податків і зборів. Спрощена система оподаткування. Вимоги до податкової звітності.

2. Фінанси

Функція та структура фінансової системи. Фінансова політика і фінансовий механізм. Фінансові ресурси підприємств. Державні фінанси. Доходи і видатки Державного бюджету. Державний кредит і державний борг. Місцеві фінанси. Фінанси підприємств. Фінансовий ринок. Страхування та страховий ринок. Діяльність фінансових посередників. Міжнародні фінанси.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Податковий облік і звітність

1. Сутність і види податків.
2. Організація податкової системи.
3. Державна фіскальна служба України.
4. Облік платників податків.
5. Облік надходжень податків до бюджету.
6. Функції податків.
7. Переваги та недоліки прямих і непрямих податків, їх роль у формуванні податкового навантаження на суб'єктів економіки.
8. Податкова система України та напрями її реформування.
9. Особливості організації системи оподаткування в Україні.
10. Характеристика місцевих податків і зборів, їх роль у розвитку регіонів.
11. Податковий облік податку на прибуток.
12. Податковий облік амортизації основних засобів.
13. Доходи і витрати в податковому обліку.
14. Податковий облік акцизного податку.
15. Розрахунок акцизного податку за адвалорними ставками.
16. Розрахунок акцизного податку за специфічними ставками.
17. Маркування підакцизних товарів.
18. Механізм оподаткування ПДВ.
19. Податкове зобов'язання і податковий кредит з ПДВ.
20. Операції, що не підлягають оподаткуванню ПДВ.
21. Операції, що оподатковуються за ставкою 0%.
22. Операції, що оподатковуються за основною ставкою ПДВ (20%).
23. Бюджетне відшкодування з ПДВ.
24. Механізм оподаткування ПДФО.
25. Оподаткування пасивних доходів фізичних осіб.

26. Використання «натурального коефіцієнту» при обчисленні доходу для оподаткування ПДФО.
27. Податкова соціальна пільга та її застосування.
28. Податкова знижка.
29. Оподаткування окремих видів доходів фізичних осіб.
30. Податковий агент, його відповідальність.
31. Податок на нерухоме майно.
32. Туристичний збір.
33. Спрощена система оподаткування.
34. Єдиний податок з платників - фізичних осіб.
35. Єдиний податок з платників - юридичних осіб.
36. Ставки єдиного податку для фізичних і юридичних осіб.
37. Строки сплати та строки подання звітності з єдиного податку платниками.
38. Критерії віднесення платників єдиного податку до спрощеної системи оподаткування.
39. Рентні платежі.
40. Права, обов'язки і функції фіскальних органів.

2. Фінанси

1. Основи фінансової діяльності суб'єктів підприємництва.
2. Особливості фінансування суб'єктів підприємництва різних форм організації бізнесу.
3. Формування власного капіталу підприємства.
4. Внутрішні джерела фінансування підприємства.
5. Дивідендна політика підприємства.
6. Фінансування підприємства за рахунок запозичених ресурсів.
7. Фінансова діяльність на етапі реорганізації підприємства.
8. Фінансове інвестування підприємства.
9. Оцінювання вартості підприємства.
10. Фінансова діяльність підприємства у сфері зовнішньоекономічних відносин.
11. Фінансовий контролінг на підприємстві.
12. Значення і теоретичні засади фінансового аналізу.
13. Інформаційне забезпечення фінансового аналізу.
14. Аналіз майна підприємства.
15. Аналіз оборотних активів.
16. Аналіз джерел формування капіталу підприємств.
17. Аналіз грошових потоків.
18. Аналіз ліквідності і платоспроможності підприємств.
19. Аналіз фінансової стійкості підприємств.
20. Аналіз кредитоспроможності підприємств.
21. Аналіз ділової активності підприємств.
22. Аналіз прибутковості та рентабельності підприємств.
23. Аналіз інвестиційної активності підприємств.
24. Комплексне оцінювання фінансового стану підприємств.
25. Страхова послуга та особливості її реалізації.

26. Порядок укладання та ведення страхової угоди.
27. Страхування майна і відповідальності громадян.
28. Сутність фінансів та їх роль у ринкових умовах господарювання.
29. Фінансова система та характеристика її складових.
30. Фінансова політика та механізм її реалізації.
31. Державні фонди цільового призначення та особливості їх функціонування.
32. Сутність та роль державних фінансів у соціально-економічному розвитку країни.
33. Сутність, призначення та структура державного бюджету.
34. Бюджетний устрій України.
35. Бюджетна система та принципи її побудови.
36. Бюджетний процес в Україні.
37. Місцеві фінанси та особливості формування місцевих бюджетів.
38. Обслуговування та управління державним боргом.
39. Сутність та роль фінансів населення у економіці країни.
40. Сутність та завдання фінансів суб'єктів господарювання.
41. Характеристика фінансового ринку України.
42. Міжнародні фінансові відносини.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Податковий кодекс України від 02.12.10 р. № 2755-VI (зі змін і доп., останні з яких внесені Законом України від 06.12.2012р. № 5519-VI) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://zakon4.rada.gov.ua>>.
2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]. : [Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV, зі змін.] – Режим доступу : <<http://zakon4.rada.gov.ua>>.
3. Калінеску Т.В. Адміністрування податків: навч. посіб./ Т.В. Калінеску, В. О. Корецька-Гармаш, В. В. Демидович. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 290 с
4. Облік і звітність в оподаткуванні: навч. посіб. / Л. М. Котенко, Г. М. Фадеєва. – Х.: Підручник НТУ «ХП», 2014. – 484 с.
5. Фінанси: Курс для фінансистів: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / За ред. В.І. Оспіщева. — К., 2008. — 567 с.
6. Фінанси : підручник. / за ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. — 2-ге вид. переробл. і доповн. — К. :Знання, 2012. — 687 с.
7. Романенко О. Р. Фінанси: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 311 с.
8. Глущенко А. С. Фінанси: Навчальний посібник. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 190 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою і враховує повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня з оцінок відповідей на усі запитання. При цьому використовуються такі критерії:

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
1	2	3	4	5
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання містять певні неточності
75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач

35–59	FX	Незадові льно	–	<ul style="list-style-type: none"> – незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв’язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадові льно	–	<ul style="list-style-type: none"> – повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв’язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

072 Фінанси, банківська справа та страхування:

«Фінанси і банківська справа»

«Міжнародні фінанси»

Директор інституту

_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Фінанси і банківська справа»	3
«Міжнародні фінанси»	12

«ФІНАНСИ І БАНКІВСЬКА СПРАВА»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», освітньою програмою «Фінанси та банківська справа».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки бакалавра з неекономічного профілю та одночасно відображає вимоги до студентів рівня підготовки магістра, визначених у стандартах вищої освіти даних ступенів.

Випускникам надається кваліфікація на рівні магістра із фінансів, банківської справи та страхування, які можуть працювати в органах державного фінансового управління і контролю, податкового адміністрування, у банках і кредитних спілках, страхових та інвестиційних компаніях, у сфері грошового посередництва, недержавного пенсійного страхування; у підприємствах різних форм власності, а також започатковувати власний бізнес.

Магістри з фінансів та банківської справи можуть обіймати посади: керівників фінансових та економічних підрозділів підприємств, банківських установ, страхових компаній; головних фахівців фінансових підрозділів та бухгалтерій підприємств й установ; консультантів консалтингових фірм; викладачів, наукових співробітників тощо.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: основи економічної теорії та теорії фінансів;

вміти: приймати оптимальні обґрунтовані рішення щодо використання фінансів у реалізації економічної політики різноманітних суб'єктів господарювання та ін.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХПІ» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Економічна теорія

Альтернативні теорії формування вартості товарів і послуг. Амортизація та відтворення основного капіталу. Аналіз різними школами предмету економічної теорії. Банки, їх види та функції. Валютні ринки. Вартість, споживна вартість та цінність товару. Кейнсіанська концепція економічної політики. Неоліберальна та монетаристська концепції економічної політики.

Види і форми власності та форми господарювання. Визначення відносин власності. Види конкуренції. Всесвітній ринок товарів і послуг.

Концепції виникнення та суті грошей. Генезис, природа і джерела позичкового капіталу. Грошова маса, її структура та агреговані показники. Грошовий ринок.

Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.

Державний бюджет і позабюджетні фонди. Державні витрати та дефіцит бюджету, джерела покриття бюджетного дефіциту. Державний борг. Місцеві бюджети. Консолідований бюджет.

Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.

Джерела доходів населення. Економічна система, її сутність та структурні елементи. Економічні категорії, закони та принципи. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники. Загальні форми організації суспільного виробництва.

Закон вартості, його сутність та функції. Закон попиту і пропозиції. Заробітна плата як ціна товару «робоча сила» та форма розподілу за результатами праці.

Земельний податок. Ринок землі. Капітал і витрати виробництва. Час обороту капіталу та його складові частини.

Концепції витрат виробництва. Колективна форма власності. Кооперативні господарства.

Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми. Міграція населення і світовий ринок праці. Світова торгівля: сутність та структура.

Об'єктивна зумовленість та сутність економічної інфраструктури.

Продуктивні сили як матеріальна основа економічної системи. Зайнятість, її суть і форми. Причини та форми безробіття.

Номінальні та реальні доходи. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.

Складові частини сучасної економічної теорії. Позитивна та нормативна економічна теорія. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.

2. Фінанси

Фінанси — специфічна форма суспільних відносин, підсистема економічного базису. Об'єктивні передумови виникнення фінансів. Фінанси як економічна, вартісна, розподільна, історична категорія. Специфічні ознаки фінансів, їх суспільне призначення. Необхідність фінансів в умовах товарного господарства.

Функції фінансів. Розподільна функція, її зміст. Об'єкти і суб'єкти розподілу і перерозподілу вартості суспільного продукту. Контрольна функція. Фінансова інформація та її роль у реалізації контрольної функції. Взаємозв'язок розподільної і контрольної функцій. Дискусійні питання щодо функцій фінансів.

Сфери фінансів: фінанси державні, міжнародні, фінанси підприємств та організацій. Ланки фінансових відносин. Поняття фінансової системи. Фінансова система України.

Фінансові ресурси як матеріальні носії фінансових відносин. Склад та особливості централізованих і децентралізованих фінансових ресурсів.

Вплив фінансів на розвиток суспільного виробництва. Фінансове забезпечення відтворювального процесу. Форми фінансового забезпечення: державне фінансування, кредитування, самофінансування.

Фінансова політика — складник економічної і соціальної політики держави. Взаємозв'язок фінансів і фінансової політики. Основні напрямки фінансової політики, її завдання. Стратегія і тактика фінансової політики. Фінансова політика України на сучасному етапі.

Фінансовий механізм як сукупність форм і методів організації фінансових відносин. Взаємодія фінансового механізму з господарським механізмом і фінансовою політикою. Складові елементи фінансового механізму.

Фінансове планування: сутність, методи, завдання. Система фінансових планів, їх характеристика. Зведений фінансовий баланс держави. Основні зміни у фінансовому плануванні при переході до ринку.

Фінансовий контроль. Сутність фінансового контролю, його значення. Види, форми і методи фінансового контролю.

Правове регулювання фінансових відносин. Фінансове право. Розвиток фінансового законодавства в Україні.

Сутність і функції податків. Класифікація податків, їх ознаки. Види податків. Прямі податки. Непрямі податки. Податкова система: поняття, наукові основи побудови. Принципи і методи оподаткування. Податкова система України. Податок на додану вартість. Акцизний збір. Мито як джерело доходів бюджету. Оподаткування прибутку підприємств та організацій, його роль і місце в податковій системі. Прибуткове оподаткування населення. Плата за ресурси. Майнове оподаткування. Державне мито. Місцеві податки й збори. Інші платежі до бюджету.

Бюджет як економічна та юридична категорія. Місце й значення бюджету в загальній системі фінансових відносин. Розподільча й контрольна функції бюджету. Види бюджетів України. Бюджетне регулювання. Субсидії, субвенції, дотації, їх значення у збалансуванні бюджетів різних рівнів. Сутність дефіциту бюджету та причини його виникнення. Основні концепції збалансованості бюджету. Методи фінансування бюджетного дефіциту.

Економічна суть державного кредиту, його відмінність від банківського. Ощадна справа і державні позики. Джерела погашення державних позик. Види державного кредиту. Державний борг. Поточний та капітальний борг. Форми внутрішнього кредиту. Форми зовнішнього державного кредиту. Управління внутрішнім та зовнішнім боргом. Способи коригування позикової політики.

Сутність, складові та засади організації місцевих фінансів. Фінансова політика місцевих органів влади. Місцеві бюджети як основа фінансової бази місцевих органів влади. Бюджетний процес на місцевому рівні.

Причини формування фондів цільового призначення. Постійні та тимчасові фонди. Мета та завдання створення цільових фондів. Недержавні фінансові фонди в Україні.

Сутність фінансів підприємств, їх функції та основи організації. Грошові надходження підприємств, їх склад, економічна характеристика і класифікація. Власні та залучені кошти підприємств. Виручка від реалізації продукції, робіт і послуг, її розподіл. Валовий дохід. Фонд оплати праці. Балансовий і чистий прибуток. Економічний зміст прибутку. Розподіл прибутку. Фонди грошових коштів, що формуються за рахунок прибутку. Особливості фінансових відносин на підприємствах різних форм власності й господарювання.

Домогосподарство як інституційна економічна одиниця та суб'єкт фінансових відносин. Сутність та склад фінансів домогосподарств. Класифікація доходів та видатків домогосподарств.

Економічна необхідність і роль страхування в забезпеченні безперервності суспільного виробництва. Особливості фінансових відносин у сфері страхування. Форми й методи страхового захисту. Система страхових фондів. Класифікація страхування за об'єктами та за ознакою ризику. Принципи обов'язкового й добровільного страхування. Перестраховування. Необхідність перестраховування для забезпечення сталості страхових операцій. Доходи й витрати страховика. Страховий ринок.

Сутність фінансового ринку, його роль у мобілізації та розподілі фінансових ресурсів. Класифікація фінансових ринків. Грошовий ринок. Ринок капіталів. Первинний і вторинний фінансові ринки. Економічні передумови функціонування фінансового ринку в Україні. Види цінних паперів, які можуть випускатися та обертатися в Україні. Основні характеристики цінних паперів.

Фондова біржа. Правові положення. Організація й порядок роботи. Правила торгівлі. Види угод, порядок розрахунків. Порядок допуску цінних паперів до обігу на фондових біржах в Україні. Брокерські (дилерські) контори. Формування статутного фонду. Прибуток. Розподіл прибутку.

Поняття міжнародних фінансів. Суб'єкти та види зовнішньоекономічної діяльності. Правові норми регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Валютне регулювання та валютні обмеження. Валютний курс, конвертованість валюти. Валютні ринки: поняття і види. Грошові потоки у сфері міжнародних фінансів. Фінанси міжнародних організацій — ООН та ЄС. Міжнародні фінансові інституції.

Фінансова безпека держави у системі економічної безпеки. Сутність бюджетної та податкової безпеки на сучасному етапі економічних реформ. Вплив державних боргів на фінансову безпеку. Грошово-кредитна політика як складова фінансової безпеки держави. Інвестиційна складова фінансової безпеки держави.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Економічна теорія

1. Альтернативні теорії формування вартості товарів і послуг.
2. Амортизація та відтворення основного капіталу. Фізичний та моральний знос основного капіталу.
3. Банк як економічна категорія. Банки їх види та функції.
4. Валютні курси. Конвертованість валют. Валютні ринки.
5. Вартість, споживна вартість та цінність товару.
6. Взаємодія попиту і пропозиції з ціною. Еластичність попиту і пропозиції.
7. Взаємозв'язок інтересів і потреб. Економічні потреби та інтереси – рушійна сила соціально-економічного розвитку.
8. Види і форми власності та форми господарювання. Визначення відносин власності. Право власності. Власність як економічна категорія.
9. Види конкуренції.
10. Грошовий обіг і його закони. Грошовий ринок.
11. Демографічні проблеми світу і шляхи її вирішення.
12. Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.
13. Державний бюджет і позабюджетні фонди.
14. Державні витрати та дефіцит бюджету, джерела покриття бюджетного дефіциту. Державний борг.
15. Джерела доходів населення. Доходи від власності та рентні доходи. Підприємницький дохід.
16. Економічна система, її сутність та структурні елементи.
17. Економічні категорії, закони та принципи. Система економічних законів.
18. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Економічний закон зростання потреб. Формування потреб.
19. Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники.

20. Зайнятість, її суть і форми. Неповна зайнятість та рівень безробіття.
21. Закон попиту і пропозиції. Попит і пропозиція як елементи ринку.
22. Заробітна плата як ціна товару «робоча сила» та форма розподілу за результатами праці.
23. Земельний податок. Ринок землі.
24. Капітал і витрати виробництва. Час обороту капіталу та його складові частини.
25. Концепції витрат виробництва. Види витрат виробництва та особливості їх динаміки.
26. Кредитна система. Суть та функції кредиту.
27. Матеріальне і нематеріальне виробництво.
28. Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми.
29. Міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація економіки як основа формування світового господарства.
30. Оборот капіталу, його сутність. Швидкість обороту капіталу. Співвідношення категорій кругообіг і оборот капіталу.
31. Причини та форми безробіття.
32. Продуктивні сили як матеріальна основа економічної системи.
33. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.
34. Світова торгівля: сутність та структура.
35. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.
36. Суспільне виробництво і відтворення. Зміст і структура виробництва.
37. Сутність доходу як економічної категорії. Доходи населення, їх види та джерела формування.
38. Сутність і структура державного бюджету.
39. Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.
40. Сутність капіталу, його матеріально-речовий зміст і соціально-економічна форма.
41. Суть, причини та види інфляції. Стагфляція.
42. Тіньова економіка та її вплив на соціально-економічний розвиток.
43. Товар як фундаментальна категорія товарного виробництва.
44. Торговельний і платіжний баланс.
45. Форми та системи заробітної плати.
46. Функції грошей та їх еволюція.

2. Фінанси

1. Фінанси — специфічна форма суспільних відносин, підсистема економічного базису.
2. Функції фінансів.
3. Сфери фінансів: фінанси державні, міжнародні, фінанси підприємств та організацій.
4. Фінансові ресурси як матеріальні носії фінансових відносин.
5. Вплив фінансів на розвиток суспільного виробництва.
5. Фінансова політика — складник економічної і соціальної політики держави.

6. Фінансовий механізм як сукупність форм і методів організації фінансових відносин.

7. Фінансове планування: сутність, методи, завдання.

8. Фінансовий контроль. Сутність фінансового контролю, його значення. Види, форми і методи фінансового контролю.

9. Правове регулювання фінансових відносин.

10. Сутність і функції податків.

11. Класифікація податків, їх ознаки.

12. Податкова система України.

13. Бюджет як економічна та юридична категорія.

14. Економічна суть державного кредиту, його відмінність від банківського. Види державного кредиту.

15. Сутність, складові та засади організації місцевих фінансів.

16. Характеристика фондів цільового призначення.

17. Сутність фінансів підприємств, їх функції та основи організації.

18. Грошові надходження підприємств, їх склад, економічна характеристика і класифікація.

19. Власні та залучені кошти підприємств.

20. Домогосподарство як інституційна економічна одиниця та суб'єкт фінансових відносин.

21. Економічна необхідність і особливості фінансових відносин у сфері страхування.

22. Класифікація страхування за об'єктами та за ознакою ризику. Принципи обов'язкового й добровільного страхування.

23. Сутність фінансового ринку, його роль у мобілізації та розподілі фінансових ресурсів.

24. Класифікація фінансових ринків.

25. Види цінних паперів, які можуть випускатися та обертатися в Україні. Основні характеристики цінних паперів.

26. Фондова біржа. Правові

27. Поняття міжнародних фінансів. Суб'єкти та види зовнішньоекономічної діяльності.

28. Валютне регулювання та валютні обмеження. Валютний курс, конвертованість валюти. Валютні ринки: поняття і види.

29. Фінансова безпека держави у системі економічної безпеки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянін Г.І. Політична економія: підручник / Г.І. Башнянін, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв. – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2000. – 527 с.

2. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: навч. посіб. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К.: Вища школа, 2002. – 544 с.

3. Дзюбик С. Основи економічної теорії / С. Дзюбик, О. Ривак. – К.: Основи, 2014. – 423 с.

4. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с.

5. Основи економічної теорії: підручник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 304 с.

6. Основи економічної теорії: підруч. у 2-х кн. / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: Либідь, 2003. – 380 с.

1. Фінанси (загальна теорія) : навч. посібник / В. М. Опарін ; КНЕУ. - 2-е вид., доп. і перероб. - Київ : КНЕУ, 2001. - 240 с.

2. Фінанси [Текст] : навч. посібник / В. П. Кудряшов. - Херсон : Олді-плюс, 2002. - 351 с.

3. Стеців Л. П. Фінанси: навч. посібник / Л. П. Стеців, О. І. Копилюк. - К.: Знання, 2007. - 236 с.

4. Фінанси : навч. посібник / за ред. В. І. Оспіщева. - Київ : Знання, 2006. - 415 с.

5. Фінанси: Підручник / За ред.Юрій С.І.,Федосова В.М. - 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2012.- 687 с.

6. Фінанси [Текст] : навч. посібник / А. В. Базилюк [та ін.]; наук. ред. А. В. Базилюк; Нац. транспортний ун-т. - Київ : Кондор, 2014.

7. Фінанси підприємств : підручник / За ред.. Н. О. Власова ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : Світ книг, 2018. - 437 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.

60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«МІЖНАРОДНІ ФІНАНСИ»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», освітньою програмою «Міжнародні фінанси».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми бакалавра абітурієнти повинні мати здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки молодших спеціалістів з неекономічного профілю та одночасно відображає вимоги до майбутніх студентів, визначених у стандартах вищої освіти бакалаврського рівня.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: основи економічної теорії та теорії фінансів;

вміти: приймати оптимальні обґрунтовані рішення щодо використання фінансів у реалізації економічної політики різноманітних суб'єктів господарювання як в межах національної економіки так і на міжнародному рівні та ін.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХПІ» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Економічна теорія

Амортизація та відтворення основного капіталу.

Банки, їх види та функції. Валютні ринки.

Вартість, споживна вартість та цінність товару.

Види і форми власності та форми господарювання. Види конкуренції.

Всесвітній ринок товарів і послуг.

Концепції виникнення та суті грошей.

Грошова маса, її структура. Грошовий ринок.

Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.

Державний бюджет і позабюджетні фонди.

Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.

Джерела доходів населення.

Економічні потреби суспільства, їх суть і структура.

Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники.

Загальні форми організації суспільного виробництва.

Земельний податок. Ринок землі. Капітал і витрати виробництва.

Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми.

Міграція населення і світовий ринок праці. Світова торгівля: сутність та структура.

Об'єктивна зумовленість та сутність економічної інфраструктури.

Зайнятість, її суть і форми. Причини та форми безробіття.

Номинальні та реальні доходи. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.

Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.

2. Фінанси

Об'єктивні передумови виникнення фінансів. Фінанси як економічна категорія.

Специфічні ознаки фінансів, їх суспільне призначення.

Необхідність фінансів в умовах товарного господарства.

Функції фінансів. Розподільна функція, її зміст.

Об'єкти і суб'єкти розподілу і перерозподілу вартості суспільного продукту.

Фінансова інформація та її роль у реалізації контрольної функції.

Сфери фінансів: фінанси державні, міжнародні, фінанси підприємств та організацій.

Поняття фінансової системи. Фінансова система України.

Вплив фінансів на розвиток суспільного виробництва.

Фінансове забезпечення відтворювального процесу.

Форми фінансового забезпечення: державне фінансування, кредитування, самофінансування.

Фінансовий механізм як сукупність форм і методів організації фінансових відносин.

Складові елементи фінансового механізму.

Фінансове планування: сутність, методи, завдання. Зведений фінансовий баланс держави.

Фінансовий контроль. Сутність фінансового контролю, його значення. Види, форми і методи фінансового контролю.

Сутність і функції податків. Класифікація податків, їх ознаки.

Види податків. Прямі податки. Непрямі податки.

Податкова система України. Податок на додану вартість. Акцизний збір.

Мито як джерело доходів бюджету.

Оподаткування прибутку підприємств та організацій, його роль і місце в податковій системі.

Бюджет як економічна та юридична категорія. Місце й значення бюджету в загальній системі фінансових відносин.

Сутність дефіциту бюджету та причини його виникнення. Основні концепції збалансованості бюджету.

Методи фінансування бюджетного дефіциту.

Державний борг. Поточний та капітальний борг

Управління внутрішнім та зовнішнім боргом.

Сутність фінансів підприємств, їх функції та основи організації

. Грошові надходження підприємств, їх склад, економічна характеристика і класифікація.

Власні та залучені кошти підприємств. Виручка від реалізації продукції, робіт і послуг, її розподіл. Валовий дохід.

Фонд оплати праці. Балансовий і чистий прибуток.

Економічний зміст прибутку. Розподіл прибутку.

Фонди грошових коштів, що формуються за рахунок прибутку. Особливості фінансових відносин на підприємствах різних форм власності й господарювання.

Сутність та склад фінансів домогосподарств.

Класифікація доходів та видатків домогосподарств.

Класифікація фінансових ринків.

Грошовий ринок. Ринок капіталів. Первинний і вторинний фінансові ринки.

Економічні передумови функціонування фінансового ринку в Україні.

Види цінних паперів, які можуть випускатися та обертатися в Україні. Основні характеристики цінних паперів.

Суб'єкти та види зовнішньоекономічної діяльності. Валютний курс, конвертованість валюти..

Основні аспекти фінансової системи закордонних країн (на вибір: Сполучених Штатів Америки, Японії, Великої Британії, Німеччини, Франції, Скандинавських країн)

Структура бюджету та принципи організації оподаткування в державах Європейського Союзу.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Економічна теорія

1. Амортизація та відтворення основного капіталу.
2. Банки, їх види та функції. Валютні ринки.
3. Вартість, споживна вартість та цінність товару.
4. Види і форми власності та форми господарювання. Види конкуренції.
5. Всесвітній ринок товарів і послуг.
6. Концепції виникнення та суті грошей.
7. Грошова маса, її структура. Грошовий ринок.
8. Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.
9. Державний бюджет і позабюджетні фонди.
10. Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.
11. Джерела доходів населення.
12. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура.
13. Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники.
14. Загальні форми організації суспільного виробництва.
15. Земельний податок. Ринок землі. Капітал і витрати виробництва.
16. Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми.
17. Міграція населення і світовий ринок праці. Світова торгівля: сутність та структура.
18. Об'єктивна зумовленість та сутність економічної інфраструктури.
19. Зайнятість, її суть і форми. Причини та форми безробіття.

20. Номінальні та реальні доходи. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.
21. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.

2. Фінанси

1. Функції фінансів.
2. Сфери фінансів: фінанси державні, міжнародні, фінанси підприємств та організацій.
3. Фінансові ресурси як матеріальні носії фінансових відносин.
4. Вплив фінансів на розвиток суспільного виробництва.
5. Фінансовий механізм як сукупність форм і методів організації фінансових відносин.
6. Фінансове планування: сутність, методи, завдання.
7. Фінансовий контроль. Сутність фінансового контролю, його значення.
8. Сутність і функції податків.
9. Класифікація податків, їх ознаки.
10. Податкова система України.
11. Сутність, складові та засади організації місцевих фінансів.
12. Характеристика фондів цільового призначення.
13. Сутність фінансів підприємств, їх функції та основи організації.
14. Грошові надходження підприємств, їх склад, економічна характеристика і класифікація.
15. Власні та залучені кошти підприємств.
16. Домогосподарство як інституційна економічна одиниця та суб'єкт фінансових відносин.
17. Сутність фінансового ринку, його роль у мобілізації та розподілі фінансових ресурсів.
18. Класифікація фінансових ринків.
19. Види цінних паперів, які можуть випускатися та обертатися в Україні. Основні характеристики цінних паперів.
20. Поняття міжнародних фінансів. Суб'єкти та види зовнішньоекономічної діяльності.
21. Валютний курс, конвертованість валюти. Валютні ринки: поняття і види.
22. Фінанси країн із розвинутою ринковою економікою.
23. Фінанси Європейського Союзу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянін Г.І. Політична економія: підручник / Г.І. Башнянін, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв. – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2000. – 527 с.
2. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: навч. посіб. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К.: Вища школа, 2002. – 544 с.
3. Дзюбик С. Основи економічної теорії / С. Дзюбик, О. Ривак. – К.: Основи, 2014. – 423 с.
4. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с.
5. Основи економічної теорії: підручник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 304 с.

6. Основи економічної теорії: підруч. у 2-х кн. / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: Либідь, 2003. – 380 с.
7. Фінанси (загальна теорія) : навч. посібник / В. М. Опарін ; КНЕУ. - 2-е вид., доп. і перероб. - Київ : КНЕУ, 2001. - 240 с.
8. Фінанси [Текст] : навч. посібник / В. П. Кудряшов. - Херсон : Олді-плюс, 2002. - 351 с.
9. Стеців Л. П. Фінанси: навч. посібник / Л. П. Стеців, О. І. Копилук. - К.: Знання, 2007. - 236 с.
10. Фінанси : навч. посібник / за ред. В. І. Оспіщева. - Київ : Знання, 2006. - 415 с.
11. Фінанси: Підручник / За ред.Юрій С.І.,Федосова В.М. - 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2012.- 687 с.
12. Фінанси [Текст] : навч. посібник / А. В. Базиліук [та ін.]; наук. ред. А. В. Базиліук; Нац. транспортний ун-т. - Київ : Кондор, 2014.
- 13.Фінанси підприємств : підручник / За ред.. Н. О. Власова ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : Світ книг, 2018. - 437 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

073 «Менеджмент»:

«Менеджмент організацій і адміністрування»

«Бізнес-адміністрування»

«Міжнародний бізнес»

«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

«Менеджмент підприємств та організацій»

«Управління підприємницькою діяльністю»

Директор інституту

_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Менеджмент організацій і адміністрування».....	3
«Бізнес-адміністрування».....	9
«Міжнародний бізнес»	16
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»	22
«Менеджмент підприємств та організацій»	28
«Управління підприємницькою діяльністю»	34

«МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ І АДМІНІСТРУВАННЯ»

Анотація

Метою фахового випробування абітурієнтів для участі в конкурсі щодо зарахування на навчання для отримання ступеня вищої освіти «*Магістр*» за спеціальністю **073 «Менеджмент»**», на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» є з'ясування рівня систематизації та узагальнення теоретичних знань та практичних навиків самостійної роботи для розв'язання конкретних завдань у сфері управління підприємством і надання послуг з організації підприємницької діяльності.

Фахівці з менеджменту повинні бути підготовлені для управлінської роботи на підприємствах та організаціях, виконувати зазначену професійну роботу згідно з Класифікатором професій ДК 003 : 2010 (прийнято та надано чинності: наказ Держспоживстандарту України від 28 липня 2010 року за № 327) і займати первинні посади згідно з довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників: керівники підприємств, установ та організацій, керівники виробничих та інших функціональних підрозділів тощо.

Область професійної діяльності менеджера – організація підприємницької діяльності та забезпечення раціонального управління, зокрема: стратегічне управління, економічне обґрунтування управлінських рішень на основі аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, організація роботи підприємства, мотивація персоналу організації, контроль діяльності підприємства, стимулювання, координування та регулювання на підприємстві; формування інформаційного забезпечення управління підприємствами.

Посади, на яких може працювати випускник спеціалізації «Менеджмент організацій і адміністрування»: керівники (управителі) підприємств, установ, організацій, їх підрозділів, керівники функціональних підрозділів, менеджери проектів і програм, менеджери з питань комерційної, виробничої, інвестиційної діяльності, керівники у сфері державної служби, маркетингу, ефективності підприємництва, фінансової діяльності, раціоналізації виробництва й інтелектуальної власності тощо.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: теоретичні основи менеджменту та адміністрування;

вміти: планувати діяльність підприємства, створювати організаційну структуру управління, аналізувати діяльність підприємства, приймати управлінські рішення та ін.

Вступне фахове випробування включає зміст навчальних дисциплін професійної підготовки: 1. Менеджмент. 2. Теорія організації. 3. Стратегічне планування. Організація вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Менеджмент

Сутність поняття "менеджмент". Об'єкт дослідження менеджменту як науки. Функції менеджменту. Еволюція менеджменту. Сутність підходів у менеджменті. Синтетичні теорії менеджменту. Соціальна відповідальність організації. Внутрішнє і зовнішнє середовище організації. Комунікації в організації. Методи прийняття управлінських рішень. Види організаційних структур. Зміст поняття «мотивація». Основні етапи мотиваційного процесу. Змістові теорії мотивації. Процесні теорії мотивації. Влада і вплив в організації. Сутність поняття «лідерство». Теорії лідерства. Стили керівництва. Контроль як функція менеджменту. Види контролю. Сутність бізнес-планування

Теорія організації

Сутність поняття «організація». Об'єкт дослідження теорії організації як науки. Закони та принципи організації. Етапи розвитку організації. Еволюція теоретичних концепцій організації. Класичний і неокласичний підходи в теорії організації. Системний підхід. Структура та класифікація систем. Природничо-наукові засади синергетики. Синергетична концепція самоорганізації. Типологія організацій. Соціальна організація і соціальна спільність. Види соціальних організацій. Організаційний процес. Гнучкість організації. Сталість організації. Моделі організації. Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Організаційне проектування: сутність, етапи. Поділ праці в організаціях. Методологія та технологія проектування організаційних форм управління. Оцінка ефективності організаційних форм управління. Зміст понять «культура» і «організаційна культура». Моделі організаційної культури. Типологія організаційних культур. Сучасна національна організаційна культура: джерела та основний зміст.

Стратегічне планування.

Завдання стратегічного менеджменту. Формування стратегічного бачення. Сутність поняття «стратегія». Класифікація стратегій. Етапи стратегічного планування. Процес постановки цілей. Процес розробки стратегії. Ситуаційний аналіз, його мета, етапи проведення, переваги та недоліки. Методи аналізу галузі та конкуренції. Конкурентоспроможність компанії за цінами та витратами (ланцюжок цінності). П'ять факторів конкуренції. Ключові фактори успіху в конкурентній боротьбі. Конкурентна стійкість компанії. Сильні та слабкі сторони компанії. Можливості та загрози для компанії. Портфельний аналіз. Портфельні матриці. Ефективність діючої стратегії компанії.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Менеджмент

1. Еволюція менеджменту.
2. Поясніть сутність підходів у менеджменті.
3. Синтетичні теорії менеджменту.
4. Поясніть сутність концепції соціальної відповідальності організації. Що розуміють під соціальною відповідальністю організації перед суспільством?

Обґрунтуйте аргументи на користь і проти соціальної відповідальності

5. Поясніть сутність поняття "менеджмент". Проаналізуйте функції і методи менеджменту. Що є об'єктом дослідження менеджменту як науки?
6. Чим займаються менеджери в організації? Проаналізуйте функції менеджерів. Якими якостями і здібностями повинен володіти керівник?
7. Поясніть, що таке організація. Проаналізуйте поділ праці в організаціях.
8. Поясніть сутність зовнішнього середовища організації.
9. Поясніть сутність внутрішнього середовища організації.
10. Поясніть, що таке комунікації. Проаналізуйте процес комунікації.
11. Проаналізуйте невербальні і неформальні комунікації.
12. Проаналізуйте методи прийняття управлінських рішень.
13. Проаналізуйте сутність влади і впливу в організаціях.
14. П'ять задач стратегічного менеджменту.
15. Формування стратегічного бачення.
16. Дайте загальні поняття про лідерство. Проаналізуйте види лідерства.
17. Методи аналізу галузі та конкуренції.
18. Поясніть, що таке мотивація. Проаналізуйте основні риси мотиваційного процесу.
19. Види організаційних структур.
20. Проаналізуйте види контролю.
21. Ситуаційні теорії лідерства.
22. Поясніть сутність бізнес-планування.
23. Змістовні теорії мотивації.
24. Процесні теорії мотивації.
25. Охарактеризуйте стилі керівництва.

Теорія організації

1. Закони та принципи організації.
2. Етапи розвитку організації.
3. Організаційні теорії.
4. Еволюція теоретичних концепцій організації.
5. Основні моделі організації.
6. Системний підхід. Будова та класифікація систем.
7. Типологія організацій.
8. Соціальна організація і соціальна спільність. Види соціальних організацій.
9. Організаційний процес.
10. Принципи та методи управління.
11. Природничо-наукові засади синергетики. Синергетична концепція самоорганізації.
12. Гнучкість організації. Сталість організації.
13. Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації.
14. Організаційне проектування: сутність, етапи.
15. Методологія та технологія проектування організаційних форм управління.
16. Оцінка ефективності організаційних форм управління.
17. Зміст понять «культура» і «організаційна культура».
18. Моделі організаційної культури.

19. Типологія організаційних культур.
20. Сучасна національна організаційна культура: джерела та основний зміст.

Стратегічне планування

1. Конкурентоспроможність компанії за цінами та витратами (ланцюжок цінності).
2. Процес постановки цілей.
3. Процес розробки стратегії.
4. П'ять факторів конкуренції.
5. Ключові фактори успіху в конкурентній боротьбі.
6. Ефективність діючої стратегії компанії.
7. Сильні та слабкі сторони компанії.
8. Можливості та загрози для компанії.
9. Ситуаційний аналіз, його мета, етапи проведення, переваги та недоліки
10. Конкурентна стійкість компанії.
11. Портфельний аналіз компанії.
12. Причини змін в структурі конкуренції та зовнішньому середовищі.
13. Етапи стратегічного планування.
14. Оцінка стратегії.
15. Класифікація стратегій.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Осовська Г. В. Основи менеджменту / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2008. – 664 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента/ М.Х.Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Вильямс, 2008. – 672 с.
3. Виханский О.С., Менеджмент: учебник/ О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Экономистъ, 2008. – 670 с.
4. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
5. Менеджмент: навч. посіб./ [Мошек Г. Є., Поканєвич Ю. В., Соломко А. С. та ін.]. – К.: Кондор, 2009. – 392 с.
6. Менеджмент: підручник/ [Федоренко В.Г., Іткін О.Ф., Анін В.І. та ін]; за наук. ред. проф. В.Г. Федоренка. – К.: Алерта, 2008. – 652 с.
7. Дафт Ричард Л. Менеджмент/ Дафт Ричард Л. – СПб.: Питер, 2008. – 864 с.
8. Монастирський Г. Л. Теорія організації : навч. посібн. / Г. Л. Монастирський. – К. : Знання, 2008. – 320 с.
9. Иванова Т. Ю., Приходько В. И. Теория организации. — СПб.: Питер, 2004. — 269 с.
10. Жуковська Л. Е. Теорія організацій: навч. посіб. / Жуковська Л. Е., Борисевич Є. Г., Стрельчук Є. М. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011.
11. Демчук О.Н. Теория организации: Учеб. пособие / О.Н. Демчук, Т.А. Ефремова. – М.: Флинта: МПСИ, 2009. – 264 с.
12. Теорія організації: навч. посібник / В. В. Приходько, В. І. Прокопенко, Т 33 В. В. Малий та ін. За ред. І.В. Шереметьєвої. – Д.: Національний гірничий університет, 2011. – 258 с.
13. Смирнов ЗА. Теория организаций. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 248 с.

14. Лапыгин Ю.Н. Теория организации: Уч.пособие/ Ю.Л. Лапыгин. – М.: Инфра-М, 2007. – 311 с.
15. Скібіцький О.М. С 42 Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Центр на# вчальної літератури, 2006. – 312 с.
16. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент / Г. І.Кіндрацька. – К.: Знання, 2010.
17. Виханский О.С. Стратегическое управление – М.: Гардарики, 2000 – 296 с.
18. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусствоработки и рсализации. Учебник для вузов /Пер. С англ. под ред. Л.Т.Зайцева, М.И.Соколовой.- М.: Банки и биржи "Юнити", 1998. - 576с.
19. Довгань Л.Є. Стратегічне управління. Навч. посіб. / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. - 2-ге вид.– К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
20. Кайлюк Є.М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є.М. Кайлюк, В.М. Андреева, В.В. Гриненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою і враховує повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня з оцінок відповідей на усі запитання. При цьому використовуються такі критерії:

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання містять певні неточності

75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Маноїленко

«БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітня програма «Бізнес-адміністрування».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки бакалавра з неекономічного профілю та одночасно відображає вимоги до студентів рівня підготовки магістра, визначених у стандартах вищої освіти даних ступенів.

Випускникам надається кваліфікація на рівні магістра із бізнес-адміністрування, який може працювати на керівних посадах у сфері державного управління, викладачем вищої школи, консультантом з питань управління бізнес-структурами різних ієрархічних рівнів, а також на посадах керівників вищої та середньої ланок управління на підприємствах, фірмах та у їх підрозділах і службах, об'єднаннях підприємств різних форм власності та видів діяльності.

Магістри з бізнес-адміністрування можуть обіймати посади :генерального директора об'єднання підприємств, голови правління, директора підприємства, представництва, філії тощо;керівника в органах місцевого і державного управління;начальника служби;керівника департаменту, директора з економіки, начальника управління;комерційного директора; голови комісії (бюро), завідуючого групою, начальника відділу, інспекції; керівника проектів і програм; викладача, наукового співробітника і консультанта.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: основи економічної теорії та менеджменту;

вміти: приймати оптимальні економічно обґрунтовані рішення та ін.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХПІ» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Економічна теорія

Альтернативні теорії формування вартості товарів і послуг. Амортизація та відтворення основного капіталу. Аналіз різними школами предмету економічної

теорії. Банки, їх види та функції. Валютні ринки. Вартість, споживна вартість та цінність товару. Кейнсіанська концепція економічної політики. Неоліберальна та монетаристська концепції економічної політики.

Види і форми власності та форми господарювання. Визначення відносин власності. Види конкуренції. Всесвітній ринок товарів і послуг.

Концепції виникнення та суті грошей. Генезис, природа і джерела позичкового капіталу. Грошова маса, її структура та агреговані показники. Грошовий ринок.

Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.

Державний бюджет і позабюджетні фонди. Державні витрати та дефіцит бюджету, джерела покриття бюджетного дефіциту. Державний борг. Місцеві бюджети. Консолідований бюджет.

Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.

Джерела доходів населення. Економічна система, її сутність та структурні елементи. Економічні категорії, закони та принципи. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники. Загальні форми організації суспільного виробництва.

Закон вартості, його сутність та функції. Закон попиту і пропозиції. Заробітна плата як ціна товару «робоча сила» та форма розподілу за результатами праці.

Земельний податок. Ринок землі. Капітал і витрати виробництва. Час обороту капіталу та його складові частини.

Концепції витрат виробництва. Колективна форма власності. Кооперативні господарства.

Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми. Міграція населення і світовий ринок праці. Світова торгівля: сутність та структура.

Об'єктивна зумовленість та сутність економічної інфраструктури.

Продуктивні сили як матеріальна основа економічної системи. Зайнятість, її суть і форми. Причини та форми безробіття.

Номінальні та реальні доходи. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.

Складові частини сучасної економічної теорії. Позитивна та нормативна економічна теорія. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.

2. Менеджмент

Сутність поняття "менеджмент". Об'єкт дослідження менеджменту як науки. Функції менеджменту. Еволюція менеджменту. Сутність підходів у менеджменті. Синтетичні теорії менеджменту. Соціальна відповідальність організації. Внутрішнє і зовнішнє середовище організації. Комунікації в організації. Методи прийняття управлінських рішень. Види організаційних структур. Зміст поняття «мотивація». Основні етапи мотиваційного процесу. Змістові теорії мотивації. Процесні теорії мотивації. Влада і вплив в організації. Сутність поняття «лідерство». Теорії лідерства. Стили керівництва. Контроль як функція менеджменту. Види контролю. Сутність бізнес-планування

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Економічна теорія

1. Альтернативні теорії формування вартості товарів і послуг.
2. Амортизація та відтворення основного капіталу. Фізичний та моральний знос основного капіталу.
3. Банк як економічна категорія. Банки їх види та функції.
4. Валютні курси. Конвертованість валют. Валютні ринки.
5. Вартість, споживна вартість та цінність товару.
6. Взаємодія попиту і пропозиції з ціною. Еластичність попиту і пропозиції.
7. Взаємозв'язок інтересів і потреб. Економічні потреби та інтереси – рушійна сила соціально-економічного розвитку.
8. Види і форми власності та форми господарювання. Визначення відносин власності. Право власності. Власність як економічна категорія.
9. Види конкуренції.
10. Грошовий обіг і його закони. Грошовий ринок.
11. Демографічні проблеми світу і шляхи її вирішення.
12. Держава як суб'єкт ринкового господарства. Цілі, функції та механізми впливу держави на ринкову економіку.
13. Державний бюджет і позабюджетні фонди.
14. Державні витрати та дефіцит бюджету, джерела покриття бюджетного дефіциту. Державний борг.
15. Джерела доходів населення. Доходи від власності та рентні доходи. Підприємницький дохід.
16. Економічна система, її сутність та структурні елементи.
17. Економічні категорії, закони та принципи. Система економічних законів.
18. Економічні потреби суспільства, їх суть і структура. Економічний закон зростання потреб. Формування потреб.
19. Ефективність виробництва, її економічні та соціальні показники.
20. Зайнятість, її суть і форми. Неповна зайнятість та рівень безробіття.
21. Закон попиту і пропозиції. Попит і пропозиція як елементи ринку.
22. Заробітна плата як ціна товару «робоча сила» та форма розподілу за результатами праці.
23. Земельний податок. Ринок землі.
24. Капітал і витрати виробництва. Час обороту капіталу та його складові частини.
25. Концепції витрат виробництва. Види витрат виробництва та особливості їх динаміки.
26. Кредитна система. Суть та функції кредиту.
27. Матеріальне і нематеріальне виробництво.

28. Міжнародна економічна інтеграція та її організаційні форми.
29. Міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація економіки як основа формування світового господарства.
30. Оборот капіталу, його сутність. Швидкість обороту капіталу. Співвідношення категорій кругообіг і оборот капіталу.
31. Причини та форми безробіття.
32. Продуктивні сили як матеріальна основа економічної системи.
33. Прожитковий мінімум. Споживча корзина.
34. Світова торгівля: сутність та структура.
35. Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії як науки.
36. Суспільне виробництво і відтворення. Зміст і структура виробництва.
37. Сутність доходу як економічної категорії. Доходи населення, їх види та джерела формування.
38. Сутність і структура державного бюджету.
39. Сутність і структура податків. Податкова система в Україні.
40. Сутність капіталу, його матеріально-речовий зміст і соціально-економічна форма.
41. Суть, причини та види інфляції. Стагфляція.
42. Тіньова економіка та її вплив на соціально-економічний розвиток.
43. Товар як фундаментальна категорія товарного виробництва.
44. Торговельний і платіжний баланс.
45. Форми та системи заробітної плати.
46. Функції грошей та їх еволюція.

2. Менеджмент

1. Еволюція менеджменту.
2. Поясніть сутність підходів у менеджменті.
3. Синтетичні теорії менеджменту.
4. Поясніть сутність концепції соціальної відповідальності організації. Що розуміють під соціальною відповідальністю організації перед суспільством? Обґрунтуйте аргументи на користь і проти соціальної відповідальності
5. Поясніть сутність поняття "менеджмент". Проаналізуйте функції і методи менеджменту. Що є об'єктом дослідження менеджменту як науки?
6. Чим займаються менеджери в організації? Проаналізуйте функції менеджерів. Якими якостями і здібностями повинен володіти керівник?
7. Поясніть, що таке організація. Проаналізуйте поділ праці в організаціях.
8. Поясніть сутність зовнішнього середовища організації.
9. Поясніть сутність внутрішнього середовища організації.
10. Поясніть, що таке комунікації. Проаналізуйте процес комунікації.
11. Проаналізуйте невербальні і неформальні комунікації.
12. Проаналізуйте методи прийняття управлінських рішень.
13. Проаналізуйте сутність влади і впливу в організаціях.

14. П'ять задач стратегічного менеджменту.
15. Формування стратегічного бачення.
16. Дайте загальні поняття про лідерство. Проаналізуйте види лідерства.
17. Методи аналізу галузі та конкуренції.
18. Поясніть, що таке мотивація. Проаналізуйте основні риси мотиваційного процесу.
19. Види організаційних структур.
20. Проаналізуйте види контролю.
21. Ситуаційні теорії лідерства.
22. Поясніть сутність бізнес-планування.
23. Змістовні теорії мотивації.
24. Процесні теорії мотивації.
25. Охарактеризуйте стилі керівництва.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянін Г.І. Політична економія: підручник / Г.І. Башнянін, П.Ю. Лазур, В.С. Медведєв. – К.: Ніка-Центр, Ельга, 2000. – 527 с.
2. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: навч. посіб. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – К.: Вища школа, 2002. – 544 с.
3. Дзюбик С. Основи економічної теорії / С. Дзюбик, О. Ривак. – К.: Основи, 2014. – 423 с.
4. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с.
5. Основи економічної теорії: підручник / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 304 с.
6. Основи економічної теорії: підруч. у 2-х кн. / За ред. Ю.В. Ніколенко. – К.: Либідь, 2003. – 380 с.
21. Осовська, Г. В. Основи менеджменту / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Вид. 3-є вид., перероб. і доповн. – К. : Кондор, 2008. – 664 с.
22. Мескон М.Х., Альберт М., ХедоуриФ. Основи менеджмента=Management. — 3-е изд. — М.: Вильямс, 2008. — 672 с.
23. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Экономистъ, 2008. — 670 с.
24. Рудьєв В. А. Менеджмент: навч. посібник / В. А. Рудьєв, С. О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
25. Менеджмент: навч. посіб./ [Мошек Г. Є., Поканєвич Ю. В., Соломко А. С. та ін.]. — К.: Кондор, 2009. — 392 с.
26. Менеджмент: підручник/ [Федоренко В.Г., Іткін О.Ф., Анін В.І. та ін]; за наук. ред. проф. В.Г. Федоренка. — К.: Алерта, 2008. — 652 с.
27. Дафт Ричард Л. Менеджмент= Management/ Дафт Ричард Л. — 6-е изд. — С.Пб.: Питер, 2008. — 864 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою і враховує повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня з оцінок відповідей на усі запитання. При цьому використовуються такі критерії:

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання містять певні неточності
75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	<ul style="list-style-type: none"> – незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі

1-34 (на комісії)	F	Незадові льно	–	<ul style="list-style-type: none"> – повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач
-------------------------	---	------------------	---	--

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Маноїленко

«МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітня програма «Міжнародний бізнес».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки бакалавра з неекономічного профілю та одночасно відображає вимоги до студентів рівня підготовки магістра, визначених у стандартах вищої освіти даних ступенів.

Підготовка магістра з міжнародного бізнесу спрямована на розвиток таких здатностей та навичок як міжнародні дослідження, робота в міжнародній команді, міжкультурні комунікації, розуміння міжнародного бізнес-середовища, вміння прийняття та виконання управлінських рішень.

Навчальний процес орієнтований на взаємодію з міжнародними компаніями, потенційними працедавцями. Випускникам надається кваліфікація на рівні магістра із міжнародного бізнесу та компетентності, які охоплюють процеси в сфері маркетингу, фінансів, інвестицій, логістики, ланцюгів постачання та управління персоналом і проектами на міжнародному ринку товарів та послуг. Випускники працюють на управлінських посадах як в українських, так і зарубіжних офісах мультинаціональних компаній, а також у міжнародних малих та середніх підприємствах за такими функціональними напрямками як міжнародний маркетинг, міжнародні продажі, менеджмент міжнародних проектів, міжнародні фінанси та інвестиції, бізнес-аналітика, менеджмент персоналу, міжнародна логістика.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: основи менеджменту, економіки підприємств, міжнародної економіки та фінансів.

вміти: приймати економічно обґрунтовані стратегічні рішення.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХПІ» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Бізнес-планування діяльності підприємства. Стратегічне планування на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Розробка бізнес-плану

зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Стратегія міжнародного маркетингу підприємства. Планування комплексу маркетингу для зарубіжного ринку. Контроль маркетингової діяльності підприємства – субекта зовнішньоекономічної діяльності.

Сегментація та позиціонування товарів на зовнішньому ринку. Планування нового товару для зарубіжних клієнтів. Планування нової послуги для зарубіжних клієнтів.

Вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки.

Управління логістичними витратами підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Управління міжнародними транспортними (транспортно-експедиторськими) операціями. Управління зарубіжним каналом розподілу. Управління ланцюгами постачання на зарубіжному ринку. Управління рухом товарів (логістичними процесами підприємства) на зовнішньому ринку. Проектування міжнародної мережі розподілу та збуту продукції.

Управління експортною діяльністю підприємства. Управління збутом експортної продукції. Контроль міжнародної збутової діяльності підприємства.

Міжнародна стратегія просування товару. Кампанія зв'язків з громадськістю для зарубіжного ринку. Міжнародна рекламна кампанія підприємства. Управління Інтернет - продажами підприємства.

Цінова політика підприємства на зовнішньому ринку.

Управління брендом підприємства.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Формування системи оціночних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Управління зовнішньоекономічними контрактами підприємства. Економічне обґрунтування зовнішньоторговельних контрактів. Оцінка комерційної привабливості контрагента зовнішньоекономічної діяльності.

Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Страхування зовнішньоторговельних ризиків підприємства.

Оцінка ефективності експортних операцій підприємства. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Управління персоналом на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності. Формування корпоративної культури у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Підвищення ефективності діяльності підприємства на основі аналізу його фінансового стану. Прогнозування фінансового стану підприємства на основі аналізу фінансових коефіцієнтів.

Управління фінансовими результатами діяльності підприємства. Планування фінансової діяльності підприємства. Управління прибутком і рентабельністю підприємства.

Управління фінансовою стійкістю міжнародної компанії. Фінансова політика міжнародної компанії. Управління фінансовими ресурсами підприємства. Управління капіталом підприємства.

Рейтингова оцінка кредитоспроможності підприємства. Кредитно-фінансова політика підприємства. Стратегія підвищення кредитного рейтингу підприємства.

Оцінка та прогнозування руху грошових коштів підприємства. Управління витратами на підприємстві. Управління грошовими потоками підприємства.

Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства. Управління необоротними активами підприємства. Управління оборотним капіталом підприємства.

Управління собівартістю продукції на підприємстві.

Оцінка ефективності міжнародних інвестиційних проєктів. Організація та управління інвестиційною діяльністю підприємства. Планування міжнародної інвестиційної діяльності підприємства. Управління розробкою і фінансуванням інвестиційних проєктів.

Економічний механізм податкового планування на промисловому підприємстві. Оптимізація митного оподаткування підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Управління митними платежами в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1. Бізнес-планування діяльності підприємства.
2. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.
3. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.
4. Стратегічне планування на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.
5. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.
6. Формування системи оціночних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
7. Стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.
8. Управління експортною діяльністю підприємства.
9. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
10. Розробка бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
11. Управління персоналом на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.
12. Формування корпоративної культури у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.
13. Економічне обґрунтування зовнішньоторговельних контрактів.
14. Оцінка ефективності експортних операцій підприємства.
15. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.
16. Оцінка комерційної привабливості контрагента зовнішньоекономічної діяльності.

17. Страхування зовнішньоторговельних ризиків підприємства.
18. Управління збутом експортної продукції.
19. Управління зовнішньоекономічними контрактами підприємства.
20. Управління логістичними витратами підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
21. Управління міжнародними транспортними (транспортно-експедиторськими) операціями.
22. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
23. Стратегія міжнародного маркетингу підприємства.
24. Управління брендом підприємства.
25. Вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок.
26. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки.
27. Сегментація та позиціонування товарів на зовнішньому ринку.
28. Планування комплексу маркетингу для зарубіжного ринку.
29. Планування нового товару для зарубіжних клієнтів.
30. Планування нової послуги для зарубіжних клієнтів.
31. Проектування міжнародної мережі розподілу та збуту продукції.
32. Управління зарубіжним каналом розподілу.
33. Управління ланцюгами постачання на зарубіжному ринку.
34. Управління рухом товарів (логістичними процесами підприємства) на зовнішньому ринку.
35. Міжнародна стратегія просування товару.
36. Кампанія зв'язків з громадськістю для зарубіжного ринку.
37. Міжнародна рекламна кампанія підприємства.
38. Управління Інтернет - продажами підприємства.
39. Цінова політика підприємства на зовнішньому ринку.
40. Контроль міжнародної збутової діяльності підприємства.
41. Контроль маркетингової діяльності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.
42. Підвищення ефективності діяльності підприємства на основі аналізу його фінансового стану.
43. Прогнозування фінансового стану підприємства на основі аналізу фінансових коефіцієнтів.
44. Управління прибутком і рентабельністю підприємства.
45. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства.
46. Планування фінансової діяльності підприємства.
47. Управління фінансовою стійкістю міжнародної компанії.
48. Фінансова політика міжнародної компанії.
49. Рейтингова оцінка кредитоспроможності підприємства.
50. Кредитно-фінансова політика підприємства.
51. Оцінка та прогнозування руху грошових коштів підприємства.
52. Управління витратами на підприємстві.
53. Управління грошовими потоками підприємства.
54. Управління капіталом підприємства.
55. Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства.

56. Управління необоротними активами підприємства.
57. Управління оборотним капіталом підприємства.
58. Управління собівартістю продукції на підприємстві.
59. Управління фінансовими ресурсами підприємства.
60. Оцінка ефективності міжнародних інвестиційних проектів.
61. Організація та управління інвестиційною діяльністю підприємства.
62. Планування міжнародної інвестиційної діяльності підприємства.
63. Управління розробкою і фінансуванням інвестиційних проектів.
64. Стратегія підвищення кредитного рейтингу підприємства.
65. Економічний механізм податкового планування на промисловому підприємстві.
66. Оптимізація митного оподаткування підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.
67. Управління митними платежами в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Mescon M. H. Management / M. H. Mescon, M. Albert, F. Khedouri. — Harper & Row, 1988. — 830 p.
2. Kotler P. Marketing management / P. Kotler, K. L. Keller. — Pearson Prentice Hall, 2006. — 729 p.
3. James C. Van Horne John, Wachowicz M. Fundamentals of Financial Management. — Pearson Education Limited, 2001. — 719 p.
4. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту / Є. Ф. Брігхем // К.: Молодь. — 1997. — Vol. 1000.
5. Савчук В.П. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. — К.: Издательский дом «Максимум», 2001.
6. Майорова Т.В. Інвестування: практикум. / Т.В. Майорова, В.І. Максимович, С.В. Урванцева. — К.: КНЕУ, 2012. — 577.
7. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко. — Харківська національна академія міського господарства, 2010.
8. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / О. М. Файчук, С. В. Сидоренко. — К. : НУБіП України, 2016. — 236 с.
9. Приятельчук О. А. Особливості управління міжнародним бізнесом / О. А. Приятельчук // 2004.
10. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. / О.П. Гребельник — К.: «Центр учбової літератури», 2013. — 452с.;
11. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навчальний посібник /А.Р. Дунська.-К.:Кондор-Видавництво,2013. — 688с.
12. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник/Н.М.Тюріна, Н.С.Карвацка. — К.: «Центр учбової літератури», 2013. — 408с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Анотація

Мета фахових вступних випробувань полягає у визначенні рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Для успішного засвоєння освітньо-професійної програми магістра абітурієнти повинні мати базову вищу освіту та здібності до володіння знаннями, уміннями і навичками щодо циклів дисциплін соціально-гуманітарної, фундаментальної, природничо-наукової, загальноекономічної, професійної та практичної підготовки.

Програма фахових вступних випробувань спирається на освітньо-кваліфікаційну програму підготовки бакалавра з неекономічного профілю та одночасно відображає вимоги до студентів рівня підготовки магістра, визначених у стандартах вищої освіти даних ступенів.

Підготовка магістра з менеджменту зовнішньоекономічної діяльності спрямована на розвиток таких здатностей та навичок як міжнародні дослідження, робота в міжнародній команді, міжкультурні комунікації, розуміння міжнародного бізнес-середовища, вміння прийняття та виконання управлінських рішень.

Навчальний процес орієнтований на взаємодію з міжнародними компаніями, потенційними працедавцями. Випускникам надається кваліфікація на рівні магістра із міжнародного бізнесу та компетентності, які охоплюють процеси в сфері маркетингу, фінансів, інвестицій, логістики, ланцюгів постачання та управління персоналом і проектами на міжнародному ринку товарів та послуг. Випускники працюють на управлінських посадах як в українських, так і зарубіжних офісах мультинаціональних компаній, а також у міжнародних малих та середніх підприємствах за такими функціональними напрямками як міжнародний маркетинг, міжнародні продажі, менеджмент міжнародних проектів, міжнародні фінанси та інвестиції, бізнес-аналітика, менеджмент персоналу, міжнародна логістика.

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

знати: основи менеджменту, економіки підприємств, міжнародної економіки та фінансів.

вміти: приймати економічно обґрунтовані стратегічні рішення.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХПІ» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Бізнес-планування діяльності підприємства. Стратегічне планування на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Планування

зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Розробка бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Стратегія міжнародного маркетингу підприємства. Планування комплексу маркетингу для зарубіжного ринку. Контроль маркетингової діяльності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Сегментація та позиціонування товарів на зовнішньому ринку. Планування нового товару для зарубіжних клієнтів. Планування нової послуги для зарубіжних клієнтів.

Вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки.

Управління логістичними витратами підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Управління міжнародними транспортними (транспортно-експедиторськими) операціями. Управління зарубіжним каналом розподілу. Управління ланцюгами постачання на зарубіжному ринку. Управління рухом товарів (логістичними процесами підприємства) на зовнішньому ринку. Проектування міжнародної мережі розподілу та збуту продукції.

Управління експортною діяльністю підприємства. Управління збутом експортної продукції. Контроль міжнародної збутової діяльності підприємства.

Міжнародна стратегія просування товару. Кампанія зв'язків з громадськістю для зарубіжного ринку. Міжнародна рекламна кампанія підприємства. Управління Інтернет - продажами підприємства.

Цінова політика підприємства на зовнішньому ринку.

Управління брендом підприємства.

Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

Стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності. Формування системи оціночних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Управління зовнішньоекономічними контрактами підприємства. Економічне обґрунтування зовнішньоторговельних контрактів. Оцінка комерційної привабливості контрагента зовнішньоекономічної діяльності.

Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Страхування зовнішньоторговельних ризиків підприємства.

Оцінка ефективності експортних операцій підприємства. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.

Управління персоналом на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності. Формування корпоративної культури у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Підвищення ефективності діяльності підприємства на основі аналізу його фінансового стану. Прогнозування фінансового стану підприємства на основі аналізу фінансових коефіцієнтів.

Управління фінансовими результатами діяльності підприємства. Планування фінансової діяльності підприємства. Управління прибутком і рентабельністю підприємства.

Управління фінансовою стійкістю міжнародної компанії. Фінансова політика міжнародної компанії. Управління фінансовими ресурсами підприємства. Управління капіталом підприємства.

Рейтингова оцінка кредитоспроможності підприємства. Кредитно-фінансова політика підприємства. Стратегія підвищення кредитного рейтингу підприємства.

Оцінка та прогнозування руху грошових коштів підприємства.

Управління витратами на підприємстві. Управління грошовими потоками підприємства.

Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства.

Управління необоротними активами підприємства. Управління оборотним капіталом підприємства.

Управління собівартістю продукції на підприємстві.

Оцінка ефективності міжнародних інвестиційних проектів.

Організація та управління інвестиційною діяльністю підприємства. Планування міжнародної інвестиційної діяльності підприємства. Управління розробкою і фінансуванням інвестиційних проектів.

Економічний механізм податкового планування на промисловому підприємстві. Оптимізація митного оподаткування підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Управління митними платежами в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

ПЕРЕЛІК ЗАПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

68. Бізнес-планування діяльності підприємства.

69. Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства.

70. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства.

71. Стратегічне планування на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.

72. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

73. Формування системи оціночних показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

74. Стратегічний аналіз конкурентної позиції підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

75. Управління експортною діяльністю підприємства.

76. Організація зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

77. Розробка бізнес-плану зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

78. Управління персоналом на підприємстві - суб'єкті зовнішньоекономічної діяльності.

79. Формування корпоративної культури у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

80. Економічне обґрунтування зовнішньоторговельних контрактів.

81. Оцінка ефективності експортних операцій підприємства.

82. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій підприємства.

83. Оцінка комерційної привабливості контрагента зовнішньоекономічної діяльності.

84. Страхування зовнішньоторговельних ризиків підприємства.
85. Управління збутом експортної продукції.
86. Управління зовнішньоекономічними контрактами підприємства.
87. Управління логістичними витратами підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
88. Управління міжнародними транспортними (транспортно-експедиторськими) операціями.
89. Управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
90. Стратегія міжнародного маркетингу підприємства.
91. Управління брендом підприємства.
92. Вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок.
93. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки.
94. Сегментація та позиціонування товарів на зовнішньому ринку.
95. Планування комплексу маркетингу для зарубіжного ринку.
96. Планування нового товару для зарубіжних клієнтів.
97. Планування нової послуги для зарубіжних клієнтів.
98. Проектування міжнародної мережі розподілу та збуту продукції.
99. Управління зарубіжним каналом розподілу.
100. Управління ланцюгами постачання на зарубіжному ринку.
101. Управління рухом товарів (логістичними процесами підприємства) на зовнішньому ринку.
102. Міжнародна стратегія просування товару.
103. Кампанія зв'язків з громадськістю для зарубіжного ринку.
104. Міжнародна рекламна кампанія підприємства.
105. Управління Інтернет - продажами підприємства.
106. Цінова політика підприємства на зовнішньому ринку.
107. Контроль міжнародної збутової діяльності підприємства.
108. Контроль маркетингової діяльності підприємства – суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.
109. Підвищення ефективності діяльності підприємства на основі аналізу його фінансового стану.
110. Прогнозування фінансового стану підприємства на основі аналізу фінансових коефіцієнтів.
111. Управління прибутком і рентабельністю підприємства.
112. Управління фінансовими результатами діяльності підприємства.
113. Планування фінансової діяльності підприємства.
114. Управління фінансовою стійкістю міжнародної компанії.
115. Фінансова політика міжнародної компанії.
116. Рейтингова оцінка кредитоспроможності підприємства.
117. Кредитно-фінансова політика підприємства.
118. Оцінка та прогнозування руху грошових коштів підприємства.
119. Управління витратами на підприємстві.
120. Управління грошовими потоками підприємства.
121. Управління капіталом підприємства.
122. Управління ліквідністю та платоспроможністю підприємства.

123. Управління необоротними активами підприємства.
124. Управління оборотним капіталом підприємства.
125. Управління собівартістю продукції на підприємстві.
126. Управління фінансовими ресурсами підприємства.
127. Оцінка ефективності міжнародних інвестиційних проектів.
128. Організація та управління інвестиційною діяльністю підприємства.
129. Планування міжнародної інвестиційної діяльності підприємства.
130. Управління розробкою і фінансуванням інвестиційних проектів.
131. Стратегія підвищення кредитного рейтингу підприємства.
132. Економічний механізм податкового планування на промисловому підприємстві.
133. Оптимізація митного оподаткування підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.
134. Управління митними платежами в системі менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Mescon M. H. Management / M. H. Mescon, M. Albert, F. Khedouri. — Harper & Row, 1988. — 830 p.
2. Kotler P. Marketing management / P. Kotler, K. L. Keller. — Pearson Prentice Hall, 2006. — 729 p.
3. James C. Van Horne John, Wachowicz M. Fundamentals of Financial Management. — Pearson Education Limited, 2001. — 719 p.
4. Брігхем Є. Ф. Основи фінансового менеджменту / Є. Ф. Брігхем // К.: Молодь. — 1997. — Vol. 1000.
5. Савчук в.п. Финансовый менеджмент предприятий: прикладные вопросы с анализом деловых ситуаций. – к.: издательский дом «максимум», 2001.
6. Майорова Т.В. Інвестування: практикум. / Т.В. Майорова, В.І. Максимович, С.В. Урванцева . — К.: КНЕУ, 2012. — 577.
7. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В. Гриненко. — Харківська національна академія міського господарства, 2010.
8. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / О. М. Файчук, С. В. Сидоренко. – К. : НУБіП України, 2016. – 236 с.
9. Приятельчук О. А. Особливості управління міжнародним бізнесом / О. А. Приятельчук // 2004.
10. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: підручник. / О.П. Гребельник – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 452с.;
11. Дунська А.Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навчальний посібник /А.Р. Дунська.-К.:Кондор-Видавництво,2013. – 688с.
12. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник/Н.М.Тюріна, Н.С.Карвацка. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 408с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ»

Анотація

Метою вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст».

Фахове випробування передбачає висвітлення знань з циклу фундаментальних та загальноекономічних дисциплін, що дозволяє оцінити гуманітарний світогляд вступника, а також визначити рівень інтелектуального потенціалу абітурієнта.

Абітурієнти повинні вміти:

- продемонструвати знання та уміння на рівні, що забезпечують можливість аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, генерувати оригінальні ідеї у сфері менеджменту;
- інтегрувати знання, вирішувати складні завдання в умовах неповної інформації з урахуванням соціальної та етичної відповідальності за прийняті управлінські рішення;
- володіти методами проведення економічного аналізу і можуть давати науково обґрунтовану інтерпретацію отриманим результатам у сфері менеджменту;
- чітко, аргументовано доводити до аудиторії фахівців наукову інформацію та свої висновки у сфері менеджменту;
- застосовувати свої знання і володіти компетенціями, які дозволяють вирішувати завдання у новому, широкому (міждисциплінарному) контексті у відповідній галузі знань;
- володіти методологічними знаннями, уміти аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, що стосуються проблеми, уміти генерувати та оптимізувати нові рішення;
- оцінювати вплив рішень, що приймаються, на навколишнє середовище і соціум, мати професійну й етичну відповідальність за сталий розвиток суспільства;
- мати здатності роботи в міждисциплінарних командах, уміння адаптуватися до змін, сприяти соціальній згуртованості;
- мати здатності взаємодії і посередництва, розвинену міжкультурну толерантність і досвід міжкультурної взаємодії у сфері менеджменту;
- мати відповідний рівень усної та письмової грамотності рідною, і принаймні, однією іноземною мовою, уміти ефективно спілкуватися з колегами, представляти результати своєї роботи у вигляді звітів, статей, рефератів, використовуючи сучасні засоби презентації;
- мати підприємницький спосіб мислення і діяльності;
- вибирати необхідні методи дослідження і модифікувати існуючі, виходячи із задач конкретного дослідження; обробляти отримані результати, аналізувати і осмислювати їх з урахуванням сучасного наукового досвіду у сфері менеджменту;
- володіти цінностями, необхідними для того, щоб жити в умовах демократичного суспільства, бути його відповідальним громадянином, мати

необхідні соціальні компетенції.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Сутність, види і зміст управлінської діяльності

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління.

Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підходи, моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне, науковий, експертний, соціологічні методи (анкетування, інтерв'ювання, тестування).

Тема 2. Історія розвитку менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії менеджменту.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід. Закони і закономірності менеджменту.

Сутність, природа та роль принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

Тема 4. Функції та методи менеджменту

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретних і загальних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних.

Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів і функцій менеджменту.

Тема 5. Процес управління

Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цілевизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанта дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок.

Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень. Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 6. Планування як загальна функція менеджменту

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила, процедури.

Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

Тема 7. Організування як загальна функція менеджменту

Сутність функції організування та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.

Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризації управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаменталізація. Взаємодія структур організації.

Тема 8. Мотивування як загальна функція менеджменту

Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 9. Контролювання як загальна функція менеджменту

Поняття контролювання та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінювання та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок під час контролю. Види управлінського контролювання.

Тема 10. Регулювання як загальна функція менеджменту

Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи процесу регулювання.

Тема 11. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація, її види та роль у менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації.

Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок у процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні переваження.

Тема 12. Керівництво та лідерство

Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керівництва. Критерії оцінювання стилю менеджера. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 13. Ефективність менеджменту

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загальноорганізаційна. Особливості оцінювання різновидів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінювання ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективності менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективностей менеджменту, їх склад і методи визначення. Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність і різновиди відповідальності та етики у менеджменті.

Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту. Культура менеджменту.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Друкер П. Менеджмент. Management / П. Друкер. – М. : Вільямс, 2011. – 700 с.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 501 с.
3. Гріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Р. Гріфін, В. Яцура. – Львів : Бак, 2001. – 624 с.
4. Кузьмін О. Є. Менеджмент : навчальний посібник / О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009. – 152 с.
5. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
6. Дяченко Т. О. Основи менеджменту : навчальний посібник / Т. О. Дяченко. – К. : Кондор, 2010. – 176 с.
7. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : навчальний посібник / І. А. Маркіна. – К. : Укоопосвіта, 2000. – 268 с.
8. Мартитенко М. М. Основи менеджменту : підручник / М. М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 494 с.
9. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2003. – 702 с.
10. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навчальний посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2005. – 860 с.

11. Пилипенко С. М. Менеджмент : навчальний посібник / С. М. Пилипенко, А. А. Пилипенко, В. І. Оленко. – Харків : Видавництво ХДЕУ, 2002. – 208 с.
12. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Організація вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП». До участі у вступних випробуваннях допускаються кандидати, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством, зокрема «Правил прийому» до НТУ «ХП».

Для проведення тестування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробування ухвалюється рішенням приймальної комісії. Для проведення вступного випробування приймальною комісією попередньо готуються білети відповідно до «Програми фахового вступного випробування». Програма фахового вступного випробування оприлюднюється засобами наочної інформації на інформаційних стендах приймальної комісії.

Вступне випробування проводиться у строки передбачені Правилами прийому до НТУ «ХП».

На вступне випробування вступник з'являється з паспортом.

Абітурієнту необхідно для кожного завдання знайти правильну відповідь, яка відповідає номеру цього завдання. Кожне завдання передбачає один правильний варіант відповіді. На виконання тестового завдання відводиться 2 академічні години (90 хвилин).

За результатами вступних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями.

Критерії оцінки вступного випробування знань абітурієнта при тестуванні здійснюється за 100-бальною шкалою (табл. 1) з подальшим переведенням у критерії ECTS (табл. 2).

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.

74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Заяву про апеляцію щодо кількості балів, отриманих на вступному випробуванні, вступник може подати особисто не пізніше наступного робочого дня після оголошення кількості балів, отриманих з даного вступного випробування. Заява про апеляцію подається відповідальному секретарю Приймальної комісії та візується головою Приймальної комісії.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ»

Анотація

Метою вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст».

Фахове випробування передбачає висвітлення знань з циклу фундаментальних та загальноекономічних дисциплін, що дозволяє оцінити гуманітарний світогляд вступника, а також визначити рівень інтелектуального потенціалу абітурієнта.

Абітурієнти повинні вміти:

- продемонструвати знання та уміння на рівні, що забезпечують можливість аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, генерувати оригінальні ідеї у сфері менеджменту;
- інтегрувати знання, вирішувати складні завдання в умовах неповної інформації з урахуванням соціальної та етичної відповідальності за прийняті управлінські рішення;
- володіти методами проведення економічного аналізу і можуть давати науково обґрунтовану інтерпретацію отриманим результатам у сфері менеджменту;
- чітко, аргументовано доводити до аудиторії фахівців наукову інформацію та свої висновки у сфері менеджменту;
- застосовувати свої знання і володіти компетенціями, які дозволяють вирішувати завдання у новому, широкому (міждисциплінарному) контексті у відповідній галузі знань;
- володіти методологічними знаннями, уміти аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, що стосуються проблеми, уміти генерувати та оптимізувати нові рішення;
- оцінювати вплив рішень, що приймаються, на навколишнє середовище і соціум, мати професійну й етичну відповідальність за сталий розвиток суспільства;
- мати здатності роботи в міждисциплінарних командах, уміння адаптуватися до змін, сприяти соціальній згуртованості;
- мати здатності взаємодії і посередництва, розвинену міжкультурну толерантність і досвід міжкультурної взаємодії у сфері менеджменту;
- мати відповідний рівень усної та письмової грамотності рідною, і принаймні, однією іноземною мовою, уміти ефективно спілкуватися з колегами, представляти результати своєї роботи у вигляді звітів, статей, рефератів, використовуючи сучасні засоби презентації;
- мати підприємницький спосіб мислення і діяльності;
- вибирати необхідні методи дослідження і модифікувати існуючі, виходячи із задач конкретного дослідження; обробляти отримані результати, аналізувати і осмислювати їх з урахуванням сучасного наукового досвіду у сфері менеджменту;
- володіти цінностями, необхідними для того, щоб жити в умовах демократичного суспільства, бути його відповідальним громадянином, мати

необхідні соціальні компетенції.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Сутність, види і зміст управлінської діяльності

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління.

Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підходи, моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне, науковий, експертний, соціологічні методи (анкетування, інтерв'ювання, тестування).

Тема 2. Історія розвитку менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії менеджменту.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід, системний підхід, ситуаційний підхід. Закони і закономірності менеджменту.

Сутність, природа та роль принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

Тема 4. Функції та методи менеджменту

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретних і загальних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних.

Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів і функцій менеджменту.

Тема 5. Процес управління

Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цілевизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанта дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок.

Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень. Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 6. Планування як загальна функція менеджменту

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила, процедури.

Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

Тема 7. Організування як загальна функція менеджменту

Сутність функції організування та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.

Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризації управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаменталізація. Взаємодія структур організації.

Тема 8. Мотивування як загальна функція менеджменту

Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 9. Контролювання як загальна функція менеджменту

Поняття контролювання та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінювання та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок під час контролю. Види управлінського контролювання.

Тема 10. Регулювання як загальна функція менеджменту

Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи процесу регулювання.

Тема 11. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація, її види та роль у менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації.

Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок у процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні перевантаження.

Тема 12. Керівництво та лідерство

Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керівництва. Критерії оцінювання стилю менеджера. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 13. Ефективність менеджменту

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально організаційна. Особливості оцінювання різновидів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінювання ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективності менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективностей менеджменту, їх склад і методи визначення. Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність і різновиди відповідальності та етики у менеджменті.

Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту. Культура менеджменту.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Друкер П. Менеджмент. Management / П. Друкер. – М. : Вільямс, 2011. – 700 с.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник / И. Н. Герчикова. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 501 с.
3. Гріфін Р. Основи менеджменту : підручник / Р. Гріфін, В. Яцура. – Львів : Бак, 2001. – 624 с.
4. Кузьмін О. Є. Менеджмент : навчальний посібник / О. Є. Кузьмін. – Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009. – 152 с.
5. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
6. Дяченко Т. О. Основи менеджменту : навчальний посібник / Т. О. Дяченко. – К. : Кондор, 2010. – 176 с.
7. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : навчальний посібник / І. А. Маркіна. – К. : Укоопосвіта, 2000. – 268 с.
8. Мартитенко М. М. Основи менеджменту : підручник / М. М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2005. – 494 с.
9. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2003. – 702 с.
10. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навчальний посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2005. – 860 с.

11. Пилипенко С. М. Менеджмент : навчальний посібник / С. М. Пилипенко, А. А. Пилипенко, В. І. Оленко. – Харків : Видавництво ХДЕУ, 2002. – 208 с.
12. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2007. – 576 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Організація вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП». До участі у вступних випробуваннях допускаються кандидати, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством, зокрема «Правил прийому» до НТУ «ХП».

Для проведення тестування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробування ухвалюється рішенням приймальної комісії. Для проведення вступного випробування приймальною комісією попередньо готуються білети відповідно до «Програми фахового вступного випробування». Програма фахового вступного випробування оприлюднюється засобами наочної інформації на інформаційних стендах приймальної комісії.

Вступне випробування проводиться у строки передбачені Правилами прийому до НТУ «ХП».

На вступне випробування вступник з'являється з паспортом.

Абітурієнту необхідно для кожного завдання знайти правильну відповідь, яка відповідає номеру цього завдання. Кожне завдання передбачає один правильний варіант відповіді. На виконання тестового завдання відводиться 2 академічні години (90 хвилин).

За результатами вступних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями.

Критерії оцінки вступного випробування знань абітурієнта при тестуванні здійснюється за 100-бальною шкалою (табл. 1) з подальшим переведенням у критерії ECTS (табл. 2).

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.

74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.
0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Заяву про апеляцію щодо кількості балів, отриманих на вступному випробуванні, вступник може подати особисто не пізніше наступного робочого дня після оголошення кількості балів, отриманих з даного вступного випробування. Заява про апеляцію подається відповідальному секретарю Приймальної комісії та візується головою Приймальної комісії.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

075 Маркетинг:
«Маркетинг»
«Рекламний бізнес»
«Маркетинговий менеджмент»

Директор інституту
_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Маркетинг».....	3
«Рекламний бізнес».....	23
«Маркетинговий менеджмент».....	43

«МАРКЕТИНГ»

Анотація

Метою проведення вступного випробування за фахом при зарахуванні на навчання на 5 курс за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та спеціалізаціями 075-01 «Рекламний бізнес» на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» є з'ясування теоретичних знань та практичних навичок вступників щодо розв'язання конкретних економічних та господарських завдань, які входять у коло питань маркетолога.

Вступне фахове випробування включає питання нормативних навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Маркетинг.
2. Організація збуту та управління маркетингом.
3. Маркетинг послуг.

Організація вступних випробувань здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ

Мета дисципліни – формування наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність, завдання, принципи, функції маркетингу, його основні типи і сфери застосування; чинники маркетингу; маркетингову інформаційну систему і маркетингові дослідження; управління маркетинговою діяльністю; маркетингові стратегії; формування і реалізація товарної, цінової, розподільчої і комунікаційної політики;

вміти: здійснювати сегментування ринку; на основі системи критеріїв проводити процес відбору цільового сегмента; оцінювати вплив чинників маркетингового середовища на діяльність фірми; класифікувати і характеризувати джерела маркетингової інформації; проводити маркетингові дослідження методом анкетного опитування; аналізувати ринкові ситуації, визначити причини, які спричинили упущення вигоди (прибутку); володіти методикою побудови графіків життєвого циклу товарів (послуг) і на їх основі вміти аналізувати ефективність продажу на всіх етапах; вибрати метод встановлення ціни в залежності від ситуації, що складається на ринку в певний момент; визначати основні альтернативні види каналів збуту якими може скористатися фірма; розробляти маркетингові стратегії із просування товарів і послуг фірми на ринку; аналізувати рекламні звернення за різними ознаками; володіти навиками вибору засобів передачі рекламного звернення в залежності

від специфіки товару, цільової аудиторії, поєднання кольорів; аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення.

Тема 1. Формування теорії маркетингу

Предмет і задачі курсу. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу. Принципи маркетингу та напрямки сучасного його розвитку. Особливості американської та європейської шкіл маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в Україні.

Тема 2. Взаємозв'язок маркетингу із суміжними дисциплінами.

Економічні аспекти теорії маркетингу. Психологічні аспекти теорії маркетингу. Соціологічні аспекти теорії маркетингу. Культурологічні аспекти теорії маркетингу. Вклад економістів – нобеліантів в теорію маркетингу.

Тема 3. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення та розвитку теорії маркетингу

Суспільне виробництво та основні умови його функціонування. Ринок як економічна форма організації функціонування економіки. Сутність, характерні риси та функції ринку. Підприємницька діяльність і конкуренція. Споживач як суб'єкт ринкових відносин. Фірма як суб'єкт ринкових відносин.

Тема 4. Концепції маркетингу

Логіка розвитку маркетингових концепцій. Фрагментарний маркетинг. Маркетинг як функція підприємства. Сучасна концепція маркетингу.

Тема 5. Основні категорії маркетингу

Потреби, цінності та попит споживачів. Товар, вартість і цінність товару. Задоволення споживачів. Обмін і ринок. Сегментування ринку. Позиціонування продукції і підприємства на ринку.

Тема 6. Комплекс маркетингу

Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Функції і зміст складових елементів комплексу маркетингу. Еволюція концепції “4Ps”. Нові “літерні” концепції маркетингу. Значення комплексу маркетингу “4Ps” в теорії маркетингу.

Тема 7. Види маркетингу та їх характеристики

Класифікація видів маркетингу. Види маркетингу залежно від попиту на ринку. Маркетинг в сфері послуг. Новітні види маркетингу.

Тема 8. Сучасні проблеми маркетингу

Нові тенденції в суспільстві і світовій економіці. Сучасні види маркетингу: глобальний, латеральний, креативний і емоційний.

Тема 9. Глобальний маркетинг

Стратегія стандартизації. Стратегія кастомізації. Процес глобального маркетингу.

Тема 10. Інтерактивний маркетинг

Інтернет як інструмент маркетингу. Інтерактивний характер комунікацій. Активна позиція споживача. Методи пошуку інформації. Маркетингові дослідження засобами Інтернет. Маркетинг в електронному бізнесі. Переваги та недоліки ринку Інтернету. Види електронного бізнесу. Сервіс через Інтернет. Клієнтські бази даних.

Тема 11. Індивідуальний маркетинг

Сутність концепції індивідуального маркетингу. Програми лояльності та їх роль в залученні та утриманні споживачів.

Тема 12. Екологічний маркетинг

Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби. Екологічні товари. Стимулювання екологічного попиту. Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби. Екологічні товари. Стимулювання екологічного попиту.

Тема 13. Ризики в маркетингу

Невизначеність і ризики в маркетингу. Об'єктивні і суб'єктивні маркетингові ризики. Методи кількісної оцінки маркетингових ризиків. Аналіз ризиків на етапах визначення цільового ринку і виведення нового товару на ринок.

Тема 14. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень

Маркетингове середовище підприємства. Чинники зовнішнього макро-середовища підприємства. Чинники зовнішнього мікро-середовища підприємства. Внутрішнє маркетингове середовище. Сутність і система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація і методи її отримання. Маркетингові дослідження ринку. Маркетингові дослідження підприємства.

Тема 15. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики

Категорія товару в економіці та маркетингу. Ринкові атрибути товару. Класифікація товарів. Рівні товару. Цілі маркетингової товарної політики. Конкурентоспроможність товару. Процес розробки нових товарів. Життєвий цикл товару. Управління товаром.

Тема 16. Засади маркетингового ціноутворення

Еволюція теорії ринкового ціноутворення. Сутність цінової політики. Цілі цінової політики. Класифікація цін. Ціноутворюючі чинники. Ціноутворення на різних типах ринків. Етапи процесу ціноутворення. Витратні методи ціноутворення. Ціннісні методи ціноутворення. Параметричні методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на попит. Методи визначення ціни з орієнтацією на конкуренцію. Цінові стратегії. Встановлення остаточних цін. Зміна поточних цін.

Тема 17. Теорія маркетингових комунікацій

Комунікації та комунікативний процес. Цілі та засоби комунікаційної політики. Комплекс маркетингових комунікацій. Процес вибору комплексу просування товару. Планування реклами. Види реклами. Рекламні засоби. Нерекламні засоби маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту. Персональний продаж, паблік рілейшнз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій.

Тема 18. Теорія маркетингової політики розподілу

Сутність політики і стратегії розподілу товарів. Цілі політики розподілу. Сутність, функції та характеристика маркетингових каналів розподілу. Вибір каналів розподілу. Типологія систем розподілу і посередницьких структур. Процес товароруку. Сучасні тенденції в маркетинговій політиці розподілу.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ

Мета дисципліни полягає в отриманні та засвоєнні студентами знань з теоретичних і методологічних основ організації збуту, з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність організації збуту на підприємстві; структуру і процес маркетингових досліджень, методи аналізу та оцінювання ринкових можливостей фірми; принципи, методи та завдання маркетингового планування, формування маркетингової стратегії підприємства; сутність і методи управління комплексом маркетингу (маркетингом-мікс), прийоми управління розробкою окремих його складових; сутність та основні принципи організації маркетингу на підприємстві, контролю його маркетингової діяльності; підходи до управління торговим персоналом на сучасній фірмі, прийоми ефективної його мотивації;

вміти: застосовувати здобуті знання у процесі маркетингового управління підприємством; організовувати та здійснювати маркетингове дослідження; на основі аналізу ринкових можливостей фірми та її ресурсів вибрати цільовий ринок; визначати і формувати конкретну маркетингову стратегію фірми, розробляти відповідні програми маркетингу; здійснювати планування, організацію та контроль у процесі розробки окремих складових комплексу маркетингу.

Тема 1. Сутність та значення збутової діяльності підприємства

Проблеми збуту в Україні. Історичний аспект організації збуту товарів в Україні. Наслідки руйнування союznego ринку закупівель, логістики, збуту. Мета та завдання дисципліни “Організація збуту та управління маркетингом”. Роль ефективної організації збуту у процесі інтеграції України у європейське співтовариство та вступу до Світової організації торгівлі. Процес збуту. Сутність, значення та функції збутової діяльності. Характеристика основних елементів збутової діяльності. Стратегічні та тактичні завдання збутової діяльності. Суб’єкти процесу збутової діяльності підприємств. Показники, що характеризують систему збуту. Деталізація потоків збуту. Розбіжності політики збуту виробника і посередника. Етапи планування збутової діяльності.

Тема 2. Особливості організації збуту на промисловому підприємстві

Сутність та особливості збуту на промисловому підприємстві. Методи та інструменти аналізу збуту промислових товарів. Організація збуту товарів з урахуванням потреб та вимог промислових споживачів. Вивчення купівельної поведінки на ринку товарів промислового призначення. Основні чинники, що впливають на покупців товарів виробничо-технічного призначення. Основні етапи промислової закупівлі. Ситуації при промислових закупівлях. Сутність концепції закупівельного центру. Фази закупівлі. Види стратегії закупівлі: вибір глобальних постачальників; вибір одиничних постачальників; модульні постачання, закупівля модулів; комплексний функціонально-вартісний аналіз. Вибір стратегії закупівлі. Основні інструменти закупівельної діяльності. Підходи до аналізу центру закупівель: структурний, силовий, ризиковий

підходи, підхід до вирішення проблем, підхід з точки зору винагороди. Концепція та базові моделі купівельної поведінки організації. Базова модель Вебстера-Вінда. Модель Шета. Прихильність до постачальника як результат поведінки покупців.

Тема 3. Організація оптової торгівлі товарами

Сутність та роль оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Оптове підприємство як основний суб'єкт оптового ринку та його комерційні функції. Роль оптових ланцюгів в організації господарських зв'язків. Суть, мета, принципи та зміст закупівельної роботи на оптовому ринку. Обґрунтування вибору постачальників товарів. Суть, місце та умови організації закупівель товарів на основі прямих зв'язків. Шляхи та переваги таких товарообмінних операцій. Роль і функції аукціону. Види аукціонів. Організація аукціонної торгівлі. Роль і функції біржі. Види бірж. Структура товарної біржі. Організація роботи біржі. Стандартизація товару. Види контрактів на товар: spot, forward. Ф'ючерсні контракти. Ф'ючерсна біржа. Хеджування.

Тема 4. Роздрібна торгівля у каналах збуту

Види та функції підприємств гуртової торгівлі. Особливості позиціонування оптових посередників та роздрібних торговельних підприємств. Характеристика типів позиціонування підприємств торгівлі. Методичні підходи до визначення торговельними підприємствами регіональної та ринкової локалізації. Характеристика факторів, які визначають привабливість регіонального, ринкового та торгового розташування. Методичні підходи до вибору "торгової зони" торговельними підприємствами. Формування іміджу та торгової марки торговельного підприємства. Характеристика магазинів залежно від товарного асортименту. Характеристика торгових підприємств за рівнем роздрібних цін. Вибір місця розташування роздрібною підприємства. Критерії розташування підприємств торгівлі: технічні вимоги та умови (наявність і можливості доставки сировини, джерела енергії, традиції, що впливають на підготовку і здібності робочої сили, і т.д.), субсидії і податкові пільги, концентрація об'єктів торгівлі, купівельна спроможність району, що знаходиться у сфері впливу. Фактори, що визначають величину купівельної спроможності району: характер товару, привабливість асортименту, становище конкурентів та інших підприємств. Планування розв'язання питань професійної підготовки продавців, торгових агентів. Критерії вибору продавців і торгових агентів. Профіль вимог до продавця. Технічна та інформаційна оснащеність приміщень для проведення торгових переговорів, здійснення продажів. Оснащеність складських приміщень. Створення засобів підвищення мотивації праці продавців. Фактори мотивації в торгівлі. Методи і форми управління і контролю. Засоби стимулювання продаж. Проблеми розв'язання питань розміщення окремих товарних груп усередині підприємства, визначення їх конкретного місця і величини займаних ними площ. Критерії вибору місця розміщення товарних груп: цінність товарів, інтенсивність попиту, швидкість обороту, величина торгової націнки, необхідність освітлення, потреба в площах і небезпека крадіжок. Виявлення категорій товарів, що часто купуються разом. Матриця частоти спільних купівель.

Тема 5. Державна закупівля та державне замовлення

Сутність державної закупівлі та державного замовлення. Місце державної закупівлі та державного замовлення у маркетингової політиці збуту підприємства. Переваги отримання державної закупівлі та державного замовлення для підприємства. Процес отримання державного замовлення. Умови отримання державного замовлення.

Тема 6. Контрактне оформлення збутових зв'язків

Сутність господарських зв'язків. Складові комплексу збутових зв'язків. Договір купівлі-продажу та договір постачання. Законодавче та договірне регулювання договору. Процедура укладення договору. Структура типового контракту. Визначення сторін. Обов'язки сторін. Предмет контракту. Ціна та загальна сума контракту. Терміни доставки товару. Умови платежів. Упаковка. Якість товару. Форс-мажорні обставини. Вимоги до супроводжувальних документів. Умови вирішення конфліктів. Переваги та недоліки типового контракту. Види комерційних ризиків. Особливості договору з комерційними представниками. Особливості договору з брокером. Особливості договору з повіреним. Особливості договору з комісіонером. Особливості договору з консигнатором. Особливості договору з агентом. Особливості договору з дистриб'юторами. Підприємство в концепції теорії контракту. Норми та правила в поведінці контрагентів. Сутність та типи трансакційних витрат. Типи контрактів. Економічна сутність контракту. 8 Прийняття рішення в парадигмі теорії неповної раціональності. Моральний ризик при укладанні контракту. Сутність опортуністичної поведінки в контрактних відносинах. Сутність та вплив специфічності активів підприємства на поведінку контрагентів. Значення організаційно-правової форми підприємства при виконанні контрактних зобов'язань. Інституціональна модель контракту. Принципи побудови ефективних контрактних відносин.

Тема 7. Вибір ефективної збутової політики і каналів збуту

Формування політики збуту підприємства. Постановка цілей та завдань політики збуту. Проектування каналів збуту. Характеристика методів оцінки та вибору каналів збуту. Аудит взаєностосунків учасників каналу. Розрахунок петель ефективності “постачальник — роздрібний торговець”. Маркетинговий аналіз витрат на організацію системи збуту. Сутність аналізу витрат на організацію системи збуту. Складові витрат збуту. Аналіз територіального збуту. Оптимізація каналів збуту та управління ними. Інтеграція потоків збуту товарів і інформаційних потоків. Особливості формування політики збуту підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Передумови використання каналів збуту виробником. Переваги збуту через посередників. Структура каналів збуту підприємств-виробників та посередницько-збутових підприємств. Типи каналів збуту на ринку послуг. Типи каналів збуту на ринках товарів особливого попиту. Типи конкуренції в каналах збуту та їх характеристика. Характеристики функціонування торгових каналів: довжина каналу, ширина, швидкість збуту, вартість збуту одиниці (партії) товару. Стратегії інтенсивного, виборчого та виняткового збуту. Переваги та недоліки стратегій збуту товарів. Кількісні характеристики стратегій збуту.

Тема 8. Оптимізація каналів збуту

Проблеми оптимізації вибору каналів з різною кількістю ланок. Характеристика витрат на організацію прямого збуту. Визначальні критерії вибору каналу збуту: особливості ринку, товару, характеристика підприємства, рівень конкуренції на ринку. Принципи, завдання та функції посередницької діяльності. Класифікація та основні види посередницьких підприємств та організацій. Типи посередників: агент, брокер, дилер, дистриб'ютор, джоббер, комівояжер, комісіонер, консигнатор. Відмінності і характеристики діяльності існуючих посередників. Аспекти управління посередниками. Сутність управління каналами збуту. Конвенційні (симбіотичні) маркетингові системи. Вертикальні маркетингові системи. Сутність та завдання вертикальних маркетингових систем. Характеристика основних типів вертикальних маркетингових систем. Співробітництво та конфлікти у вертикальних маркетингових системах. Особливості організації горизонтальних маркетингових систем. Умови доцільності застосування багаторівневих маркетингових систем. Слабкі та сильні сторони багаторівневих маркетингових систем. Ролі, що може приймати на себе фірма в системі каналів збуту. Сприяння в організації ефективного стимулювання торговців.

Тема 9. Лізинг, оренда та франчайзинг в системі збуту підприємства

Сутність, призначення та історичні етапи розвитку орендних відносин. Особливості договору оренди. Відмінності орендних відносин від лізингових. Особливості договору лізингу. Призначення та види лізингової компанії в каналі збуту. Види лізингу. Сутність, призначення та історичні етапи розвитку франчайзингу. Види франчайзингу. Компоненти франчайзингової системи: пробний проект, договір франшизи та поради ведення бізнесу, підтримка франчайзингової мережі. Склад та основні положення пакета угод з франчайзингу. Види франшизи. Права та обов'язки учасників угоди про франчайзингову діяльність. Переваги та недоліки франчайзингу для франшизіата та франшизіара. Види франчайзингових договорів. Франчайзинг та договори схожого типу. Організаційні особливості створення франчайзингових підприємств. Сучасні тенденції в сфері франчайзингу.

Тема 10. Оцінка впливу конкуренції на ефективність каналів збуту

Принципи функціонування каналів збуту в умовах конкуренції. Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом співробітництва, кооперації та узгодження дій посередників у каналах збуту. Розробка стандартів обслуговування у каналах збуту. Суперечність та узгодження цілій учасників каналів збуту. Горизонтальні і вертикальні конфлікти всередині каналів збуту. Роль конкуренції та конфліктів у розвитку каналів збуту. Методи та принципи конкуренції у каналах збуту. Оцінка впливу конкуренції на ефективність збутової діяльності підприємств.

Тема 11. Ефективність управління товарним рухом

Сутність товароруху. Принципи управління товарним рухом. Сучасні методи товароруху. Шляхи оптимізації товарного руху на підприємстві. Напрямки зниження витрат на транспортування, складування та розвантаження товарів. Критерії якості організації товарного руху на підприємстві. Сутність та

завдання логістики у процесі збуту продукції. Функції маркетингової логістики. Механізм управління потоковими процесами у політиці збуту. Принципи побудови логістичних систем управління збутом. Визначення стратегії складування. Організація транспортування продукції. Відмінності та характерні риси традиційного товарного руху та маркетингової логістики. Особливості товарного руху на споживчому та промисловому ринку. Основні етапи та елементи процесу маркетинг-логістики. Функції та критерії ефективності логістичної діяльності. Методи оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.

Тема 12. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства

Сутність та критерії оцінки ефективності збутової діяльності підприємств. Фактори, що впливають на ефективність збутової діяльності. Методи оцінки ефективності збуту. Організація роботи служби збуту підприємства. Оцінка ефективності діяльності служби збуту підприємства. Оцінка ефективності роботи з клієнтами. Показник ступеню задоволення замовлень. Оцінка можливості та доцільності створення власної збутової мережі.

2.3. МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ

Мета дисципліни – набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: предмет, завдання, теоретичні та методологічні засади маркетингу послуг як наукової галузі; генезис дисципліни та взаємозв'язок маркетингу послуг з іншими дисциплінами; розвиток принципів та еволюції маркетингу послуг; відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів, різницю між послугами; характеристики цільової аудиторії, менеджменту відношень та формування постійної клієнтури; методи управління процесом обслуговування; позиціонування послуг та структурних змін; стратегії ціноутворення в сфері послуг; принципи та особливості використання сервісного обслуговування; сутність управління маркетингом послуг як складовою частини маркетингу; організацію служб сервісного обслуговування; завдання та функції служб сервісу; основні підходи до планування та контролю маркетингу послуг;

вміти: здійснювати комплексний підхід до просування товарів та послуг на ринку відповідно вимогам законодавства та сучасної ринкової економіки; вивчати попит споживачів послуг та впливати на їх поведінку; визначати тенденції і напрями вимог споживачів до кількісних і якісних характеристик послуг; встановлювати та підтримувати тривалі та доброзичливі стосунки з посередниками та споживачами; формувати концепцію рекламної кампанії з надання послуг, її бюджету, проводити вибір засобів та носіїв реклами, складати план рекламної кампанії та аналізувати отримані результати; виконувати економічні розрахунки, пов'язані з попереднім, поточним та завершальним

контролем маркетингової діяльності суб'єктів ринку послуг для обґрунтування ефективності як надання послуг, так й функціонування на ринку.

Тема 1. Ключові концепції та поняття

Соціально-економічна сутність маркетингу. Маркетинг як економічний процес. Місце сектора послуг в сучасній економіці. Відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів. Еволюція сфери послуг. Державна політика. Соціальні зміни. Тенденції розвитку бізнесу. Розвиток інформаційних технологій. Специфіка маркетингу послуг. Нематеріальний характер послуг. Нерозривність виробництва та споживання послуг. Стандарт обслуговування. Ринок послуг. Сутність та зміст маркетингу в різних галузях послуг. Комплексне обслуговування та його завдання. Маркетинг як безперервний процес. Узгодженість внутрішнього середовища сервісного підприємства з умовами зовнішнього середовища. Розвиток теорії та практики маркетингу. Умови маркетингу. Маркетинг сервісних організацій. Маркетинг урядових і неприбуткових організацій. Маркетинг територій та регіонів. Сервісна організація — основна ланка реалізації концепції маркетингу. Поняття оператора ринку послуг. Поняття агент на ринку послуг. Основні умови застосування та принципи маркетингу на ринку послуг. Спрямованість на чітко визначений комерційний результат. Комплексний підхід до досягнення окресленої мети. Максимальне врахування умов та вимог вибраного ринку з одночасною цілеспрямованою дією на нього. Довготривалий “горизонт” бачення цілей. Активність, наступальність, підприємливість. Технологія реалізації концепції маркетингу в організації сфери послуг. Аналіз ринкових можливостей. Відбирання найперспективніших цільових ринків. Вибір оптимальної маркетингової стратегії. Розробка комплексу маркетингу.

Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку послуг і виявлення цільових сегментів

Сутність, зміст та завдання маркетингових досліджень на ринку послуг. Методичні засади маркетингових досліджень. Правила та процедури маркетингових досліджень. Форми організації маркетингових досліджень. Напрями маркетингових досліджень. Система маркетингової інформації сервісної організації. Класифікація маркетингової інформації. Значення маркетингової інформації. Види маркетингової інформації. Системи маркетингової інформації: внутрішньої та зовнішньої. Засоби отримання первинної маркетингової інформації. Опитування. Інтерв'ю. Анкета. Спостереження. Експеримент. Імітаційне моделювання. Система аналізу маркетингової інформації. Маркетингові дослідження ринку послуг та сервісного продукту. Структура ринку послуг. Оцінювання кон'юнктури ринку. Визначення місткості ринку. Оцінювання конкурентоспроможності організації за показниками її частки ринку. Структура сервісного продукту. Поширення користі та вигоди. Основні властивості якості обслуговування. Маркетингові дослідження конкурентів та споживачів послуг. Конкурентне середовище сервісного підприємства. Елементи аналізу конкурентів. Кількісна та якісна інформація про діяльність конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку. Матриця формування конкурентної карти ринку. Можливості організації при

правильному розумінні потреб споживачів. Модель поведінки споживача. Фактори впливу на споживачів послуг. Мотиви поведінки споживачів. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання послуг. Сегментування як засіб вибору найперспективнішого цільового ринку. Сегментування ринку за видами послуг. Головна мета сегментування. Ознаки та критерії сегментування. Сутність поняття ознаки. Ознаки демографічні, соціально-економічні, психографічні, поведінкові. Критерії сегментування: досяжність, прибутковість, окупність, тривалість існування. Вибір цільового ринку. Поняття цільового ринку. Основні етапи цільового маркетингу. Потенціал ринкового сегмента. Аналіз можливостей освоєння сегмента ринку.

Тема 3. Продуктова політика організації сфери послуг

Поняття продуктової політики. Формування продуктової політики. Основні рівні продукту та їх характеристика. Життєвий цикл продукту. Оптимізація структури пропонованих продуктів. Впровадження нових продуктів на ринок за етапами життєвого циклу. Оптимальна структура продуктів підприємства. Нові продукти в маркетинговій діяльності. Основні етапи розробки нового продукту. Пошук ідей. Матриця бажаності послуг для організації та клієнтів. Розробка задуму продукту і його перевірка. Розробка продуктової стратегії маркетингу. Розробка власне продукту. Випробування продукту в ринкових умовах. Впровадження нового продукту на ринок.

Тема 4. Цінова політика організації сфери послуг

Ціна в комплексі маркетингу сервісного підприємства. Етапи розробки цінової політики. Зовнішні фактори впливу на процес ціноутворення. Формування цілей ціноутворення: утримання позицій на ринку; завоювання та утримання лідерства на ринку; досягнення лідерства в якості пропонованих продуктів. Вибір методу ціноутворення: на основі витрат; з орієнтацією на рівень конкуренції, на попит. Коливання попиту. Проблеми недовговічності послуг. Стратегії управління попитом. Визначення та реалізація цінової стратегії. Поняття цінової стратегії. Стратегія “зняття вершків”. Стратегія цін проникнення на ринок. Стратегія престижних цін. Стратегія “слідування за лідером”. Стратегія ковзаючої спадної ціни. Стратегія переважаючої ціни. Стратегія ціни сегмента ринку. Стратегія цінових маніпуляцій.

Тема 5. Маркетингова політика розподілу та комунікацій

Формування політики розподілу. Поняття політики розподілу. Етапи розробки політики розподілу сервісної організації. Канали збуту сервісної організації. Рівні каналу збуту. Вертикальні маркетингові системи. Вибір посередників та визначення форм роботи з ними. Якості маркетингових посередників. Агент та робота з ним. Сутність маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері послуг. Комплекс маркетингових комунікацій. Цільові аудиторії комунікацій. Елементи комплексу комунікацій. Розробка комунікаційної стратегії та її основні етапи. Вибір структури комплексу комунікацій. Переваги та недоліки окремих елементів комплексу маркетингових комунікацій. Розробка бюджету і аналіз результатів комунікаційної стратегії. Персональний продаж у маркетингу сервісної організації. Комунікаційні особливості персонального продажу. Процес персонального продажу.

Стимулювання збуту як засіб дії на ринок. Основні етапи підготовки і запровадження заходів стимулювання збуту. Розробка програми стимулювання збуту. Сутність та цілі популяризації (пропаганди). Сервісна популяризація. Основні етапи підготовки та здійснення сервісної популяризації. Спрямованість сервісної популяризації. Паблік рилейшнз на ринку послуг. Встановлення зв'язків із засобами масової інформації. Встановлення і підтримка зв'язків з цільовими аудиторіями. Відносини з органами державної влади та управління. Специфіка реклами на ринку послуг. Основні закони реклами. Види реклами послуг. Види реклами за об'єктами рекламування. Рекламна кампанія. Прийняття рішення про рекламне звернення. Розробка рекламного бюджету та медіапланування. Засоби поширення реклами сервісної організації. Оцінювання ефективності рекламної діяльності. Характер виставкових заходів. Процес взяття участі сервісної організації в роботі виставки. Структура затрат на участь у виставці. Оформлення виставкового стенда. Робота персоналу під час виставки. Основні поняття та цілі формування фірмового стилю. Сутність фірмового стилю. Елементи фірмового стилю. Носії фірмового стилю. Товарний знак. Функції товарного знаку.

Тема 6. Позиціонування послуг та структурні зміни

Характеристика процесу. Комплексність та розбіжність. Структурні схеми комплексності та розбіжності в сервісних системах. Структурні схеми як інструмент дослідження поведінки споживачів. Альтернативні напрямки структурних змін. Маркетингова стратегія та зміни структури. Урахування змін сервісної системи.

Тема 7. Формування маркетингової стратегії організація на ринку послуг

Сутність стратегічного маркетингового планування. Ситуаційний аналіз. SWOT-аналіз. Можливості та загрози. Сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища. Визначення конкурентних переваг. Конкурентні переваги в середовищі сервісних підприємств. Планування цілей сервісної організації. Конкретність та вимірність цілей. Досягнення цілей. Орієнтація в часі. Вибірковість цілей. Розробка альтернативних стратегій. Матриця “продукт – ринок”. Стратегія глибокого впровадження на ринок. Стратегія розробки продукту. Стратегія розвитку ринку. Стратегія диверсифікації. Матриця “зростання – частка ринку”. Модель конкуренції М. Портера. Стратегія масового маркетингу. Стратегія диференційованого маркетингу. Стратегія концентрованого маркетингу. Вибір та оцінювання стратегії. Конкурентні переваги. Цілі фірми. Інтереси та відносини керівництва. Фінансові ресурси. Кваліфікація персоналу. Зобов'язання підприємства. Фактор часу. Розробка програми маркетингу. Вибір, значення та форма елементів маркетингу. Бюджет маркетингу. Фінансування “від можливостей”. Метод “фіксованого відсотка”. Метод “відповідності конкуренту”. Метод максимальних витрат. Метод на основі цілей та завдань. Метод врахування програми маркетингу.

Тема 8. Управління та контроль маркетингу сервісної організації

Сутність маркетингового менеджменту та його особливості в межах організацій – суб'єктів ринку послуг. Організація маркетингу на сервісному

підприємстві. Функціональна організація служби маркетингу. Організація служби маркетингу за продуктовим принципом. Регіональна організація служби маркетингу. Система маркетингового контролю. Контроль маркетингу. Контролінг. Ревізія маркетингу.

Тема 9. Управління процесом обслуговування

Формування сервісної системи з урахуванням факторів місця, простору та часу. Вибір способу надання послуг. Вибір місця та часу. Роль посередників у сервісному бізнесі. Збільшення цінності послуги за рахунок підвищення якості та продуктивності. Інтеграція стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування. Визначення і виправлення недоліків в якості обслуговування. Попередження проблем та їх вирішення. Використання послуг третіх осіб.

Тема 10. Управління чергами і система попередніх замовлень

Очікування обслуговування. Універсальні очікування. Природа черг. Елементи системи черг. Відповідність системи черг конкретним ринковим сегментам. Мінімізація сприйняття тривалості очікування. Психологічні аспекти сприйняття часу очікування. Інформування клієнтів о тривалості. Принципи роботи за умов персонального продажу. Рекомендації щодо ефективного персонального продажу. Поняття сітьового маркетингу. Зарубіжний досвід використання цієї системи продажу. Переваги сітьового маркетингу проти системи комівояжерів. План преміальних винагород за системи сітьового (багаторівневого) маркетингу. Досвід сітьового маркетингу в Україні. Ідеї, стиль і техніка діяльності сучасного професійного комерсанта.

Тема 11. Ринки послуг та Internet

Ціноутворення в епоху інформації. Знижки. Визначення цін для конкретних клієнтів. Переговори о ціні. Зворотні аукціони. Канали розподілу: від ланцюга поставок до сервісних центрів. Роздрібна реалізація персональних комп'ютерів. Сервісні центри. Комунікації. Діалоговий маркетинг. Перешкоди для проведення діалогового маркетингу.

Тема 12. Управління персоналом сервісної організації

Емоційна праця. Робочі завдання та найм персоналу. Роль маркетингу в сервісній фірмі. Маркетинг як зв'язуюча функція. Функція управління персоналом. Пошук ефекту синергії в менеджменті послуг. Як отримати лідерство у сфері послуг. Пошук лідера для сфери послуг. Якості лідера. Внутрішнє та зовнішнє лідерство. Оцінка потенціалу лідера. Лідерство, культура, клімат.

Тема 13. Міжнародні та глобальні стратегії в менеджменті послуг

Послуги в глобальній економіці. Сутність експорту послуг. Привабливість міжнародних ринків. Вплив сервісних процесів на вихід компанії на нові ринки. Стратегії виходу на ринок. Перешкоди для міжнародної торгівлі послугами. Стратегія маркетингу послуг та Internet.

Тема 14. Технології та сервісна стратегія

Значення технологій. Різноманітність технологій. Технології та інновації. Створення нових методів роботи. Історія розвитку інформаційних технологій. Використання новітніх технологій в сфері послуг. Споживач та інформаційні технології. Вплив Internet на маркетинг.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Маркетинг

1. Поняття маркетингу. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу.
2. Особливості американської та європейської шкіл маркетингу.
3. Економічні, соціологічні та культурологічні аспекти теорії маркетингу.
4. Концепції маркетингу.
5. Логіка розвитку маркетингових концепцій.
6. Фрагментарний маркетинг.
7. Маркетинг як функція підприємства.
8. Сучасна концепція маркетингу.
9. Потреби, цінності та попит споживачів.
10. Товар, вартість і цінність товару.
11. Задоволення споживачів.
12. Обмін і ринок.
13. Сегментування ринку.
14. Позичування продукції підприємства на ринку.
15. Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Еволюція концепції «4Р».
16. Функції і зміст складових елементів комплексу маркетингу.
17. Концепція «4С».
18. Маркетингове середовище підприємства.
19. Внутрішнє маркетингове середовище.
20. Чинники зовнішнього макро- середовища підприємства.
21. Чинники зовнішнього мікро- середовища підприємства.
22. Класифікація видів маркетингу.
23. Види маркетингу залежно від попиту на товар.
24. Маркетинг у сфері послуг.
25. Нові тенденції в суспільстві і світовій економіці.
26. Сучасні види маркетингу: глобальний, латеральний, креативний і емоційний.
27. Інтерактивний маркетинг.
28. Сутність концепції індивідуального маркетингу.
29. Програми лояльності та їх роль в залученні та утриманні споживачів.
30. Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби і товари.
31. Невизначеність і ризику в маркетингу.
32. Аналіз ризиків на етапах виведення нового товару на ринок.
33. Сутність і система маркетингових досліджень.
34. Маркетингова інформація і методи її отримання.
35. Маркетингові дослідження ринку.
36. Маркетингові дослідження підприємства.

37. Категорія товару в економіці та маркетингу. Рівні товару.
38. Класифікація товарів.
39. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики.
40. Конкурентоспроможність товару.
41. Процес розробки нових товарів.
42. Життєвий цикл товару.
43. Сутність маркетингової цінової політики.
44. Сутність, цілі та завдання цінової політики.
45. Класифікація цін.
46. Ціноутворюючі чинники.
47. Ціноутворення на різних типах ринків.
48. Етапи процесу ціноутворення.
49. Методи ціноутворення. Витратні методи ціноутворення.
50. Методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на попит.

51. Методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на конкуренцію.

52. Цінові стратегії.
53. Встановлення остаточних цін. Зміна поточних цін.
54. Сутність, цілі та завдання політики розподілу.
55. Стратегії розподілу товарів.
56. Сутність, функції та характеристика маркетингових каналів розподілу.
57. Процес товароруху.
58. Комунікації та комунікативний процес.
59. Сутність, цілі та засоби комунікаційної політики.
60. Комплекс маркетингових комунікацій.
61. Процес вибору комплексу просування товару.
62. Реклама та її види.
63. Стимулювання збуту.
64. Персональний продаж.
65. Паблік релейшнз.

Організація збуту та управління маркетингом

1. Проблеми організації збуту в Україні.
 2. Сучасні методи оцінки збутової діяльності підприємств.
 3. Сучасні тенденції розвитку методів та каналів збуту.
 4. Сутність, складові та ефективність збутових стратегій.
 5. Джерела отримання інформації при виборі оптимального посередника.
 6. Методи прогнозування збуту.
 7. Принципи та особливості оцінки ефективності збутової діяльності підприємств.
 8. Оцінка ефективності збутових угод.
 9. Оцінка ефективності збутових підрозділів підприємства.
 10. Оцінка можливості та доцільності створення власної збутової мережі.
- Оцінка ефективності роботи з клієнтами.

11. Оцінка впливу конкуренції на ефективність збутової діяльності підприємств.
12. Оцінка ефективності лізингових операцій.
13. Критерії ефективності франчайзингових систем.
14. Методи оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.
15. Сутність та критерії оцінки ефективності збутової діяльності підприємств.
16. Фактори, що впливають на ефективність збутової діяльності.
17. Оцінка ефективності засобів стимулювання збуту.
18. Принципи побудови ефективних контрактних відносин.
19. Критерії вибору оптимальних збутових посередників.
20. Основні інструменти закупівельної діяльності.
21. Управління посередниками.
22. Фактори, що визначають стратегію вибору каналів збуту.
23. Характеристики торгових каналів.
24. Стратегії інтенсивного, вибіркового та виняткового збуту.
25. Переваги та недоліки стратегій збуту товарів.
26. Сутність управління каналами збуту.
27. Характеристика основних типів вертикальних маркетингових систем.
28. Співробітництво та конфлікти у вертикальних маркетингових системах.
29. Формування ефективних контрактних відносин.
30. Умови доцільності застосування багаторівневих маркетингових систем.

Маркетинг послуг

1. Основні поняття. Соціально-економічна сутність маркетингу та його особливості у сфері послуг.
2. Сутність та особливості ринку послуг.
3. Специфіка маркетингу послуг.
4. Сутність та зміст маркетингу в різних галузях послуг.
5. Сутність комплексного обслуговування та його завдання.
6. Розвиток теорії та практики маркетингу і їх прояви у маркетингу сервісних організацій.
7. Сервісна організація як основна ланка реалізації концепції маркетингу.
8. Основні умови застосування та принципи маркетингу в індустрії послуг.
9. Функції маркетингу на ринку послуг.
10. Технологія реалізації концепції маркетингу на підприємстві послуг.
11. Сутність, зміст та завдання маркетингових досліджень у сфері послуг.
12. Методичні засади маркетингових досліджень в індустрії сервісу.
13. Правила та процедури маркетингових досліджень сервісної організації.
14. Форми організації та здійснення маркетингових досліджень.
15. Система маркетингової інформації сервісного підприємства.
16. Маркетингові дослідження ринку послуг.
17. Маркетингові дослідження сервісного продукту.

18. Спостереження як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
19. Експеримент як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
20. Анкетування як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
21. Вимоги до створення анкет для маркетингових досліджень.
22. Способи опрацювання та аналізу маркетингової інформації.
23. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі матриці «товар-ринок» І. Ансофа.
24. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі портфельного аналізу матриці «Бостонської консалтингової групи».
25. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі матриці «МакКінзі».
26. Оцінювання кон'юнктури ринку щодо конкретної послуги (групи послуг).
27. Методики визначення місткості ринку послуг.
28. Оцінювання конкурентоспроможності організації згідно з показниками її частки ринку.
29. Структура сервісного продукту.
30. Сутність та основні властивості якості обслуговування.
31. Позичування послуги.
32. Конкурентне середовище сервісного підприємства.
33. Можливості сервісної фірми при правильному розумінні потреб споживачів.
34. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання послуг.
35. Сегментування як засіб вибору найперспективнішого цільового ринку.
36. Сегментування ринку за видами послуг. Ознаки та критерії успішного сегментування ринку послуг.
37. Вибір цільового ринку.
38. Сутність стратегічного маркетингового планування.
39. Ситуаційний аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
40. SWOT-аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
41. Ситуаційний аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
42. Визначення конкурентних переваг у середовищі сервісних підприємств.
43. Планування цілей сервісного підприємства.
44. Розробка альтернативних стратегій сервісного підприємства.
45. Вибір та оцінювання стратегії сервісного підприємства.
46. Розробка програми маркетингу сервісного підприємства.
47. Формування продуктової стратегії сервісного підприємства.
48. Життєвий цикл послуги.
49. Впровадження нових продуктів на ринок за етапами їх життєвого циклу.

50. Нові продукти в маркетинговій діяльності сервісної організації.
51. Основні етапи розробки нового продукту.
52. Ціна в комплексі маркетингу сервісної організації.
53. Етапи розробки цінової стратегії сервісної організації.
54. Вибір методу ціноутворення сервісної організації.
55. Визначення та реалізація цінової стратегії сервісної організації.
56. Канали збуту сервісної організації.
57. Формування стратегії розподілу сервісної організації.
58. Вертикальні маркетингові системи на ринку послуг.
59. Вибір посередників сервісної організації та визначення форм роботи з ними.
60. Сутність маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері послуг.
61. Комплекс маркетингових комунікацій сервісної організації.
62. Розробка комунікаційної стратегії сервісної організації та її основні етапи.
63. Розробка бюджету і аналіз результатів комунікаційної стратегії сервісної організації.
64. Персональний продаж у маркетингу сервісної організації.
65. Стимулювання збуту як засіб дії на ринок.
66. Сутність та цілі популяризації (пропаганди) сервісної організації.
67. Паблік рилейшнз на ринку послуг.
68. Специфіка реклами на ринку послуг.
69. Види реклами за об'єктами рекламування.
70. Рекламна кампанія сервісного підприємства.
71. Характер виставкових заходів у сфері послуг.
72. Основні поняття та цілі формування фірмового стилю сервісної організації.
73. Марочна політика сервісної організації.
74. Організація маркетингу сервісної організації.
75. Система маркетингового контролю сервісної організації.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Маркетинг

- 1 Закон України «Про рекламу» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 5029-VI від 03.07.2012.
- 2 Закон України «Про інноваційну діяльність» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), N 3715-VI від 08.09.2011, ВВР, 2012, N 19-20.
- 3 Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), N 5060-VI від 05.07.2012.
- 4 Закон «Про інформацію» №2657-12 від 02.10.92.
- 5 Закон України «Про захист прав споживачів» №1023-12 від 12.05.91.
- 6 Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – [7-ме вид.]. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.
- 7 Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Ленковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.

8 Маркетинг: [підруч.] / [В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.] – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удоскон. менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.

9 Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 1134 с.

10 Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.

11 Мороз Л.А. Маркетинг: [підруч.] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай; за ред. А.А. Мороз. – [2-ге вид.]. – Л.: Нац. ун-т. “Львівська політехніка”, 2002. – 244с.

12 Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.

13 Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Знання – Прес, 2002. – 191с.

Організація збуту та управління маркетингом

1. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. – М.: Экономика, 2004. – 206 с.

2. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Ф.А. Крутиков. – М.: Экономика, 2001. – 271 с.

3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів. – К.: Лібра, 2004. – 685 с.

4. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 2000. – 255 с.

5. Довгань В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. – Тольятти: Дока-Пресс, 2000. – 232 с.

6. Стенворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе: Пер. с англ. / Под ред. Л. Н. Павловой. – М.: Аудит; ЮНИТИ, 1999. – 200 с.

7. Келли Джон Ф. Закупки с выгодой: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика; Аудит, 2002. – 96 с.

8. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке: Учеб. пособие / Под общ. ред. А.В. Зирянова. – Екатеринбург, 2001. – 416 с.

9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Леньковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.

10. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии: Практ. пособие. – М.: Финстатинформ, 2001. – 181 с.

Маркетинг послуг

1. Амблер Тим. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общ. ред. Ю. А. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 400 с.

2. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

3. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.

4. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів. – К.: Лібра, 2004. – 685 с.

5. Джобер Д. Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ.: Учеб. пособие. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2000. – 688 с.

6. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Ленковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.
7. Кристофер Лавлок. Маркетинг услуг. Персонал, технологии, стратегии. – М.; К.; СПб.:Издат. дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.
8. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. – СПб.: Питер, 2000. – 240 с.
9. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. – К.: Віра-р, 2001. – 574 с.
10. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 1134 с.
11. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід. Навч. посіб. – К.: ВД Професіонал, 2005. – 560 с.
12. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
13. Ткаченко В.А. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2003. – 244 с.
14. Шканова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: Кондор. 2003. – 220с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінці знань вступника за основу слід брати повноту і правильність отриманих відповідей і виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня зважена за оцінками відповідей на всі питання.

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
1	2	3	4	5
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	відповіді на запитання містять певні неточності

75–81	C	Добре	– міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі	– невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі	– невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі	– незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»

Анотація

Метою проведення вступного випробування за фахом при зарахуванні на навчання на 5 курс за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг» та спеціалізаціями 075-01 «Рекламний бізнес» на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» є з'ясування теоретичних знань та практичних навичок вступників щодо розв'язання конкретних економічних та господарських завдань, які входять у коло питань маркетолога.

Вступне фахове випробування включає питання нормативних навчальних дисциплін професійної підготовки:

1. Маркетинг.
2. Організація збуту та управління маркетингом.
3. Маркетинг послуг.

Організація вступних випробувань здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ МАРКЕТИНГ

Мета дисципліни – формування наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність, завдання, принципи, функції маркетингу, його основні типи і сфери застосування; чинники маркетингу; маркетингову інформаційну систему і маркетингові дослідження; управління маркетинговою діяльністю; маркетингові стратегії; формування і реалізація товарної, цінової, розподільчої і комунікаційної політики;

вміти: здійснювати сегментування ринку; на основі системи критеріїв проводити процес відбору цільового сегмента; оцінювати вплив чинників маркетингового середовища на діяльність фірми; класифікувати і характеризувати джерела маркетингової інформації; проводити маркетингові дослідження методом анкетного опитування; аналізувати ринкові ситуації, визначити причини, які спричинили упущення вигоди (прибутку); володіти методикою побудови графіків життєвого циклу товарів (послуг) і на їх основі вміти аналізувати ефективність продажу на всіх етапах; вибрати метод встановлення ціни в залежності від ситуації, що складається на ринку в певний момент; визначати основні альтернативні види каналів збуту якими може скористатися фірма; розробляти маркетингові стратегії із просування товарів і послуг фірми на ринку; аналізувати рекламні звернення за різними ознаками; володіти навиками вибору засобів передачі рекламного звернення в залежності

від специфіки товару, цільової аудиторії, поєднання кольорів; аналізувати ефективність рекламної роботи та пропонувати шляхи її підвищення.

Тема 1. Формування теорії маркетингу

Предмет і задачі курсу. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу. Принципи маркетингу та напрямки сучасного його розвитку. Особливості американської та європейської шкіл маркетингу. Становлення та розвиток маркетингу в Україні.

Тема 2. Взаємозв'язок маркетингу із суміжними дисциплінами.

Економічні аспекти теорії маркетингу. Психологічні аспекти теорії маркетингу. Соціологічні аспекти теорії маркетингу. Культурологічні аспекти теорії маркетингу. Вклад економістів – нобеліантів в теорію маркетингу.

Тема 3. Еволюція економічної теорії як чинник виникнення та розвитку теорії маркетингу

Суспільне виробництво та основні умови його функціонування. Ринок як економічна форма організації функціонування економіки. Сутність, характерні риси та функції ринку. Підприємницька діяльність і конкуренція. Споживач як суб'єкт ринкових відносин. Фірма як суб'єкт ринкових відносин.

Тема 4. Концепції маркетингу

Логіка розвитку маркетингових концепцій. Фрагментарний маркетинг. Маркетинг як функція підприємства. Сучасна концепція маркетингу.

Тема 5. Основні категорії маркетингу

Потреби, цінності та попит споживачів. Товар, вартість і цінність товару. Задоволення споживачів. Обмін і ринок. Сегментування ринку. Позиціонування продукції і підприємства на ринку.

Тема 6. Комплекс маркетингу

Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Функції і зміст складових елементів комплексу маркетингу. Еволюція концепції “4Ps”. Нові “літерні” концепції маркетингу. Значення комплексу маркетингу “4Ps” в теорії маркетингу.

Тема 7. Види маркетингу та їх характеристики

Класифікація видів маркетингу. Види маркетингу залежно від попиту на ринку. Маркетинг в сфері послуг. Новітні види маркетингу.

Тема 8. Сучасні проблеми маркетингу

Нові тенденції в суспільстві і світовій економіці. Сучасні види маркетингу: глобальний, латеральний, креативний і емоційний.

Тема 9. Глобальний маркетинг

Стратегія стандартизації. Стратегія кастомізації. Процес глобального маркетингу.

Тема 10. Інтерактивний маркетинг

Інтернет як інструмент маркетингу. Інтерактивний характер комунікацій. Активна позиція споживача. Методи пошуку інформації. Маркетингові дослідження засобами Інтернет. Маркетинг в електронному бізнесі. Переваги та недоліки ринку Інтернету. Види електронного бізнесу. Сервіс через Інтернет. Клієнтські бази даних.

Тема 11. Індивідуальний маркетинг

Сутність концепції індивідуального маркетингу. Програми лояльності та їх роль в залученні та утриманні споживачів.

Тема 12. Екологічний маркетинг

Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби. Екологічні товари. Стимулювання екологічного попиту. Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби. Екологічні товари. Стимулювання екологічного попиту.

Тема 13. Ризики в маркетингу

Невизначеність і ризики в маркетингу. Об'єктивні і суб'єктивні маркетингові ризики. Методи кількісної оцінки маркетингових ризиків. Аналіз ризиків на етапах визначення цільового ринку і виведення нового товару на ринок.

Тема 14. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень

Маркетингове середовище підприємства. Чинники зовнішнього макро-середовища підприємства. Чинники зовнішнього мікро-середовища підприємства. Внутрішнє маркетингове середовище. Сутність і система маркетингових досліджень. Маркетингова інформація і методи її отримання. Маркетингові дослідження ринку. Маркетингові дослідження підприємства.

Тема 15. Теоретичні аспекти маркетингової товарної політики

Категорія товару в економіці та маркетингу. Ринкові атрибути товару. Класифікація товарів. Рівні товару. Цілі маркетингової товарної політики. Конкурентоспроможність товару. Процес розробки нових товарів. Життєвий цикл товару. Управління товаром.

Тема 16. Засади маркетингового ціноутворення

Еволюція теорії ринкового ціноутворення. Сутність цінової політики. Цілі цінової політики. Класифікація цін. Ціноутворюючі чинники. Ціноутворення на різних типах ринків. Етапи процесу ціноутворення. Витратні методи ціноутворення. Ціннісні методи ціноутворення. Параметричні методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на попит. Методи визначення ціни з орієнтацією на конкуренцію. Цінові стратегії. Встановлення остаточних цін. Зміна поточних цін.

Тема 17. Теорія маркетингових комунікацій

Комунікації та комунікативний процес. Цілі та засоби комунікаційної політики. Комплекс маркетингових комунікацій. Процес вибору комплексу просування товару. Планування реклами. Види реклами. Рекламні засоби. Нерекламні засоби маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту. Персональний продаж, паблік рілейшнз та інші засоби комплексу маркетингових комунікацій.

Тема 18. Теорія маркетингової політики розподілу

Сутність політики і стратегії розподілу товарів. Цілі політики розподілу. Сутність, функції та характеристика маркетингових каналів розподілу. Вибір каналів розподілу. Типологія систем розподілу і посередницьких структур. Процес товароруку. Сучасні тенденції в маркетинговій політиці розподілу.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ ТА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ

Мета дисципліни полягає в отриманні та засвоєнні студентами знань з теоретичних і методологічних основ організації збуту, з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: сутність організації збуту на підприємстві; структуру і процес маркетингових досліджень, методи аналізу та оцінювання ринкових можливостей фірми; принципи, методи та завдання маркетингового планування, формування маркетингової стратегії підприємства; сутність і методи управління комплексом маркетингу (маркетингом-мікс), прийоми управління розробкою окремих його складових; сутність та основні принципи організації маркетингу на підприємстві, контролю його маркетингової діяльності; підходи до управління торговим персоналом на сучасній фірмі, прийоми ефективної його мотивації;

вміти: застосовувати здобуті знання у процесі маркетингового управління підприємством; організовувати та здійснювати маркетингове дослідження; на основі аналізу ринкових можливостей фірми та її ресурсів вибрати цільовий ринок; визначати і формувати конкретну маркетингову стратегію фірми, розробляти відповідні програми маркетингу; здійснювати планування, організацію та контроль у процесі розробки окремих складових комплексу маркетингу.

Тема 1. Сутність та значення збутової діяльності підприємства

Проблеми збуту в Україні. Історичний аспект організації збуту товарів в Україні. Наслідки руйнування союзного ринку закупівель, логістики, збуту. Мета та завдання дисципліни “Організація збуту та управління маркетингом”. Роль ефективної організації збуту у процесі інтеграції України у європейське співтовариство та вступу до Світової організації торгівлі. Процес збуту. Сутність, значення та функції збутової діяльності. Характеристика основних елементів збутової діяльності. Стратегічні та тактичні завдання збутової діяльності. Суб’єкти процесу збутової діяльності підприємств. Показники, що характеризують систему збуту. Деталізація потоків збуту. Розбіжності політики збуту виробника і посередника. Етапи планування збутової діяльності.

Тема 2. Особливості організації збуту на промисловому підприємстві

Сутність та особливості збуту на промисловому підприємстві. Методи та інструменти аналізу збуту промислових товарів. Організація збуту товарів з урахуванням потреб та вимог промислових споживачів. Вивчення купівельної поведінки на ринку товарів промислового призначення. Основні чинники, що впливають на покупців товарів виробничо-технічного призначення. Основні етапи промислової закупівлі. Ситуації при промислових закупівлях. Сутність концепції закупівельного центру. Фази закупівлі. Види стратегії закупівлі: вибір глобальних постачальників; вибір одиничних постачальників; модульні постачання, закупівля модулів; комплексний функціонально-вартісний аналіз. Вибір стратегії закупівлі. Основні інструменти закупівельної діяльності. Підходи до аналізу центру закупівель: структурний, силовий, ризиковий

підходи, підхід до вирішення проблем, підхід з точки зору винагороди. Концепція та базові моделі купівельної поведінки організації. Базова модель Вебстера-Вінда. Модель Шета. Прихильність до постачальника як результат поведінки покупців.

Тема 3. Організація оптової торгівлі товарами

Сутність та роль оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі. Оптове підприємство як основний суб'єкт оптового ринку та його комерційні функції. Роль оптових ланцюгів в організації господарських зв'язків. Суть, мета, принципи та зміст закупівельної роботи на оптовому ринку. Обґрунтування вибору постачальників товарів. Суть, місце та умови організації закупівель товарів на основі прямих зв'язків. Шляхи та переваги таких товарообмінних операцій. Роль і функції аукціону. Види аукціонів. Організація аукціонної торгівлі. Роль і функції біржі. Види бірж. Структура товарної біржі. Організація роботи біржі. Стандартизація товару. Види контрактів на товар: spot, forward. Ф'ючерсні контракти. Ф'ючерсна біржа. Хеджування.

Тема 4. Роздрібна торгівля у каналах збуту

Види та функції підприємств гуртової торгівлі. Особливості позиціонування оптових посередників та роздрібних торговельних підприємств. Характеристика типів позиціонування підприємств торгівлі. Методичні підходи до визначення торговельними підприємствами регіональної та ринкової локалізації. Характеристика факторів, які визначають привабливість регіонального, ринкового та торгового розташування. Методичні підходи до вибору "торгової зони" торговельними підприємствами. Формування іміджу та торгової марки торговельного підприємства. Характеристика магазинів залежно від товарного асортименту. Характеристика торгових підприємств за рівнем роздрібних цін. Вибір місця розташування роздрібною підприємства. Критерії розташування підприємств торгівлі: технічні вимоги та умови (наявність і можливості доставки сировини, джерела енергії, традиції, що впливають на підготовку і здібності робочої сили, і т.д.), субсидії і податкові пільги, концентрація об'єктів торгівлі, купівельна спроможність району, що знаходиться у сфері впливу. Фактори, що визначають величину купівельної спроможності району: характер товару, привабливість асортименту, становище конкурентів та інших підприємств. Планування розв'язання питань професійної підготовки продавців, торгових агентів. Критерії вибору продавців і торгових агентів. Профіль вимог до продавця. Технічна та інформаційна оснащеність приміщень для проведення торгових переговорів, здійснення продажів. Оснащеність складських приміщень. Створення засобів підвищення мотивації праці продавців. Фактори мотивації в торгівлі. Методи і форми управління і контролю. Засоби стимулювання продаж. Проблеми розв'язання питань розміщення окремих товарних груп усередині підприємства, визначення їх конкретного місця і величини займаних ними площ. Критерії вибору місця розміщення товарних груп: цінність товарів, інтенсивність попиту, швидкість обороту, величина торгової націнки, необхідність освітлення, потреба в площах і небезпека крадіжок. Виявлення категорій товарів, що часто купуються разом. Матриця частоти спільних купівель.

Тема 5. Державна закупівля та державне замовлення

Сутність державної закупівлі та державного замовлення. Місце державної закупівлі та державного замовлення у маркетингової політиці збуту підприємства. Переваги отримання державної закупівлі та державного замовлення для підприємства. Процес отримання державного замовлення. Умови отримання державного замовлення.

Тема 6. Контрактне оформлення збутових зв'язків

Сутність господарських зв'язків. Складові комплексу збутових зв'язків. Договір купівлі-продажу та договір постачання. Законодавче та договірне регулювання договору. Процедура укладення договору. Структура типового контракту. Визначення сторін. Обов'язки сторін. Предмет контракту. Ціна та загальна сума контракту. Терміни доставки товару. Умови платежів. Упаковка. Якість товару. Форс-мажорні обставини. Вимоги до супроводжувальних документів. Умови вирішення конфліктів. Переваги та недоліки типового контракту. Види комерційних ризиків. Особливості договору з комерційними представниками. Особливості договору з брокером. Особливості договору з повіреним. Особливості договору з комісіонером. Особливості договору з консигнатором. Особливості договору з агентом. Особливості договору з дистриб'юторами. Підприємство в концепції теорії контракту. Норми та правила в поведінці контрагентів. Сутність та типи трансакційних витрат. Типи контрактів. Економічна сутність контракту. 8 Прийняття рішення в парадигмі теорії неповної раціональності. Моральний ризик при укладанні контракту. Сутність опортуністичної поведінки в контрактних відносинах. Сутність та вплив специфічності активів підприємства на поведінку контрагентів. Значення організаційно-правової форми підприємства при виконанні контрактних зобов'язань. Інституціональна модель контракту. Принципи побудови ефективних контрактних відносин.

Тема 7. Вибір ефективної збутової політики і каналів збуту

Формування політики збуту підприємства. Постановка цілей та завдань політики збуту. Проектування каналів збуту. Характеристика методів оцінки та вибору каналів збуту. Аудит взаєностосунків учасників каналу. Розрахунок петель ефективності “постачальник — роздрібний торговець”. Маркетинговий аналіз витрат на організацію системи збуту. Сутність аналізу витрат на організацію системи збуту. Складові витрат збуту. Аналіз територіального збуту. Оптимізація каналів збуту та управління ними. Інтеграція потоків збуту товарів і інформаційних потоків. Особливості формування політики збуту підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках. Передумови використання каналів збуту виробником. Переваги збуту через посередників. Структура каналів збуту підприємств-виробників та посередницько-збутових підприємств. Типи каналів збуту на ринку послуг. Типи каналів збуту на ринках товарів особливого попиту. Типи конкуренції в каналах збуту та їх характеристика. Характеристики функціонування торгових каналів: довжина каналу, ширина, швидкість збуту, вартість збуту одиниці (партії) товару. Стратегії інтенсивного, виборчого та виняткового збуту. Переваги та недоліки стратегій збуту товарів. Кількісні характеристики стратегій збуту.

Тема 8. Оптимізація каналів збуту

Проблеми оптимізації вибору каналів з різною кількістю ланок. Характеристика витрат на організацію прямого збуту. Визначальні критерії вибору каналу збуту: особливості ринку, товару, характеристика підприємства, рівень конкуренції на ринку. Принципи, завдання та функції посередницької діяльності. Класифікація та основні види посередницьких підприємств та організацій. Типи посередників: агент, брокер, дилер, дистриб'ютор, джоббер, комівояжер, комісіонер, консигнатор. Відмінності і характеристики діяльності існуючих посередників. Аспекти управління посередниками. Сутність управління каналами збуту. Конвенційні (симбіотичні) маркетингові системи. Вертикальні маркетингові системи. Сутність та завдання вертикальних маркетингових систем. Характеристика основних типів вертикальних маркетингових систем. Співробітництво та конфлікти у вертикальних маркетингових системах. Особливості організації горизонтальних маркетингових систем. Умови доцільності застосування багаторівневих маркетингових систем. Слабкі та сильні сторони багаторівневих маркетингових систем. Ролі, що може приймати на себе фірма в системі каналів збуту. Сприяння в організації ефективного стимулювання торговців.

Тема 9. Лізинг, оренда та франчайзинг в системі збуту підприємства

Сутність, призначення та історичні етапи розвитку орендних відносин. Особливості договору оренди. Відмінності орендних відносин від лізингових. Особливості договору лізингу. Призначення та види лізингової компанії в каналі збуту. Види лізингу. Сутність, призначення та історичні етапи розвитку франчайзингу. Види франчайзингу. Компоненти франчайзингової системи: пробний проект, договір франшизи та поради ведення бізнесу, підтримка франчайзингової мережі. Склад та основні положення пакета угод з франчайзингу. Види франшизи. Права та обов'язки учасників угоди про франчайзингову діяльність. Переваги та недоліки франчайзингу для франшизіата та франшизіара. Види франчайзингових договорів. Франчайзинг та договори схожого типу. Організаційні особливості створення франчайзингових підприємств. Сучасні тенденції в сфері франчайзингу.

Тема 10. Оцінка впливу конкуренції на ефективність каналів збуту

Принципи функціонування каналів збуту в умовах конкуренції. Підвищення ефективності збутової діяльності шляхом співробітництва, кооперації та узгодження дій посередників у каналах збуту. Розробка стандартів обслуговування у каналах збуту. Суперечність та узгодження цілій учасників каналів збуту. Горизонтальні і вертикальні конфлікти всередині каналів збуту. Роль конкуренції та конфліктів у розвитку каналів збуту. Методи та принципи конкуренції у каналах збуту. Оцінка впливу конкуренції на ефективність збутової діяльності підприємств.

Тема 11. Ефективність управління товарним рухом

Сутність товароруху. Принципи управління товарним рухом. Сучасні методи товароруху. Шляхи оптимізації товарного руху на підприємстві. Напрямки зниження витрат на транспортування, складування та розвантаження товарів. Критерії якості організації товарного руху на підприємстві. Сутність та

завдання логістики у процесі збуту продукції. Функції маркетингової логістики. Механізм управління потоковими процесами у політиці збуту. Принципи побудови логістичних систем управління збутом. Визначення стратегії складування. Організація транспортування продукції. Відмінності та характерні риси традиційного товарного руху та маркетингової логістики. Особливості товарного руху на споживчому та промисловому ринку. Основні етапи та елементи процесу маркетинг-логістики. Функції та критерії ефективності логістичної діяльності. Методи оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.

Тема 12. Оцінка ефективності збутової діяльності підприємства

Сутність та критерії оцінки ефективності збутової діяльності підприємств. Фактори, що впливають на ефективність збутової діяльності. Методи оцінки ефективності збуту. Організація роботи служби збуту підприємства. Оцінка ефективності діяльності служби збуту підприємства. Оцінка ефективності роботи з клієнтами. Показник ступеню задоволення замовлень. Оцінка можливості та доцільності створення власної збутової мережі.

2.3. МАРКЕТИНГ ПОСЛУГ

Мета дисципліни – набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо маркетингової діяльності підприємств сфери послуг, методів вивчення ринку послуг, визначення шляхів та резервів розвитку підприємства сфери послуг в сучасних умовах, формування маркетингової стратегії та використання комплексу маркетингу підприємствами сфери послуг.

Під час підготовки до вступного випробування необхідно звернути увагу на те, що вступник повинен:

знати: предмет, завдання, теоретичні та методологічні засади маркетингу послуг як наукової галузі; генезис дисципліни та взаємозв'язок маркетингу послуг з іншими дисциплінами; розвиток принципів та еволюції маркетингу послуг; відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів, різницю між послугами; характеристики цільової аудиторії, менеджменту відношень та формування постійної клієнтури; методи управління процесом обслуговування; позиціонування послуг та структурних змін; стратегії ціноутворення в сфері послуг; принципи та особливості використання сервісного обслуговування; сутність управління маркетингом послуг як складовою частини маркетингу; організацію служб сервісного обслуговування; завдання та функції служб сервісу; основні підходи до планування та контролю маркетингу послуг;

вміти: здійснювати комплексний підхід до просування товарів та послуг на ринку відповідно вимогам законодавства та сучасної ринкової економіки; вивчати попит споживачів послуг та впливати на їх поведінку; визначати тенденції і напрями вимог споживачів до кількісних і якісних характеристик послуг; встановлювати та підтримувати тривалі та доброзичливі стосунки з посередниками та споживачами; формувати концепцію рекламної кампанії з надання послуг, її бюджету, проводити вибір засобів та носіїв реклами, складати план рекламної кампанії та аналізувати отримані результати; виконувати економічні розрахунки, пов'язані з попереднім, поточним та завершальним

контролем маркетингової діяльності суб'єктів ринку послуг для обґрунтування ефективності як надання послуг, так й функціонування на ринку.

Тема 1. Ключові концепції та поняття

Соціально-економічна сутність маркетингу. Маркетинг як економічний процес. Місце сектора послуг в сучасній економіці. Відмінності між маркетингом послуг та маркетингом товарів. Еволюція сфери послуг. Державна політика. Соціальні зміни. Тенденції розвитку бізнесу. Розвиток інформаційних технологій. Специфіка маркетингу послуг. Нематеріальний характер послуг. Нерозривність виробництва та споживання послуг. Стандарт обслуговування. Ринок послуг. Сутність та зміст маркетингу в різних галузях послуг. Комплексне обслуговування та його завдання. Маркетинг як безперервний процес. Узгодженість внутрішнього середовища сервісного підприємства з умовами зовнішнього середовища. Розвиток теорії та практики маркетингу. Умови маркетингу. Маркетинг сервісних організацій. Маркетинг урядових і неприбуткових організацій. Маркетинг територій та регіонів. Сервісна організація — основна ланка реалізації концепції маркетингу. Поняття оператора ринку послуг. Поняття агент на ринку послуг. Основні умови застосування та принципи маркетингу на ринку послуг. Спрямованість на чітко визначений комерційний результат. Комплексний підхід до досягнення окресленої мети. Максимальне врахування умов та вимог вибраного ринку з одночасною цілеспрямованою дією на нього. Довготривалий “горизонт” бачення цілей. Активність, наступальність, підприємливість. Технологія реалізації концепції маркетингу в організації сфери послуг. Аналіз ринкових можливостей. Відбирання найперспективніших цільових ринків. Вибір оптимальної маркетингової стратегії. Розробка комплексу маркетингу.

Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку послуг і виявлення цільових сегментів

Сутність, зміст та завдання маркетингових досліджень на ринку послуг. Методичні засади маркетингових досліджень. Правила та процедури маркетингових досліджень. Форми організації маркетингових досліджень. Напрями маркетингових досліджень. Система маркетингової інформації сервісної організації. Класифікація маркетингової інформації. Значення маркетингової інформації. Види маркетингової інформації. Системи маркетингової інформації: внутрішньої та зовнішньої. Засоби отримання первинної маркетингової інформації. Опитування. Інтерв'ю. Анкета. Спостереження. Експеримент. Імітаційне моделювання. Система аналізу маркетингової інформації. Маркетингові дослідження ринку послуг та сервісного продукту. Структура ринку послуг. Оцінювання кон'юнктури ринку. Визначення місткості ринку. Оцінювання конкурентоспроможності організації за показниками її частки ринку. Структура сервісного продукту. Поширення користі та вигоди. Основні властивості якості обслуговування. Маркетингові дослідження конкурентів та споживачів послуг. Конкурентне середовище сервісного підприємства. Елементи аналізу конкурентів. Кількісна та якісна інформація про діяльність конкурентів. Побудова конкурентної карти ринку. Матриця формування конкурентної карти ринку. Можливості організації при

правильному розумінні потреб споживачів. Модель поведінки споживача. Фактори впливу на споживачів послуг. Мотиви поведінки споживачів. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання послуг. Сегментування як засіб вибору найперспективнішого цільового ринку. Сегментування ринку за видами послуг. Головна мета сегментування. Ознаки та критерії сегментування. Сутність поняття ознаки. Ознаки демографічні, соціально-економічні, психографічні, поведінкові. Критерії сегментування: досяжність, прибутковість, окупність, тривалість існування. Вибір цільового ринку. Поняття цільового ринку. Основні етапи цільового маркетингу. Потенціал ринкового сегмента. Аналіз можливостей освоєння сегмента ринку.

Тема 3. Продуктова політика організації сфери послуг

Поняття продуктової політики. Формування продуктової політики. Основні рівні продукту та їх характеристика. Життєвий цикл продукту. Оптимізація структури пропонованих продуктів. Впровадження нових продуктів на ринок за етапами життєвого циклу. Оптимальна структура продуктів підприємства. Нові продукти в маркетинговій діяльності. Основні етапи розробки нового продукту. Пошук ідей. Матриця бажаності послуг для організації та клієнтів. Розробка задуму продукту і його перевірка. Розробка продуктової стратегії маркетингу. Розробка власне продукту. Випробування продукту в ринкових умовах. Впровадження нового продукту на ринок.

Тема 4. Цінова політика організації сфери послуг

Ціна в комплексі маркетингу сервісного підприємства. Етапи розробки цінової політики. Зовнішні фактори впливу на процес ціноутворення. Формування цілей ціноутворення: утримання позицій на ринку; завоювання та утримання лідерства на ринку; досягнення лідерства в якості пропонованих продуктів. Вибір методу ціноутворення: на основі витрат; з орієнтацією на рівень конкуренції, на попит. Коливання попиту. Проблеми недовговічності послуг. Стратегії управління попитом. Визначення та реалізація цінової стратегії. Поняття цінової стратегії. Стратегія “зняття вершків”. Стратегія цін проникнення на ринок. Стратегія престижних цін. Стратегія “слідування за лідером”. Стратегія ковзаючої спадної ціни. Стратегія переважаючої ціни. Стратегія ціни сегмента ринку. Стратегія цінових маніпуляцій.

Тема 5. Маркетингова політика розподілу та комунікацій

Формування політики розподілу. Поняття політики розподілу. Етапи розробки політики розподілу сервісної організації. Канали збуту сервісної організації. Рівні каналу збуту. Вертикальні маркетингові системи. Вибір посередників та визначення форм роботи з ними. Якості маркетингових посередників. Агент та робота з ним. Сутність маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері послуг. Комплекс маркетингових комунікацій. Цільові аудиторії комунікацій. Елементи комплексу комунікацій. Розробка комунікаційної стратегії та її основні етапи. Вибір структури комплексу комунікацій. Переваги та недоліки окремих елементів комплексу маркетингових комунікацій. Розробка бюджету і аналіз результатів комунікаційної стратегії. Персональний продаж у маркетингу сервісної організації. Комунікаційні особливості персонального продажу. Процес персонального продажу.

Стимулювання збуту як засіб дії на ринок. Основні етапи підготовки і запровадження заходів стимулювання збуту. Розробка програми стимулювання збуту. Сутність та цілі популяризації (пропаганди). Сервісна популяризація. Основні етапи підготовки та здійснення сервісної популяризації. Спрямованість сервісної популяризації. Паблік рилейшнз на ринку послуг. Встановлення зв'язків із засобами масової інформації. Встановлення і підтримка зв'язків з цільовими аудиторіями. Відносини з органами державної влади та управління. Специфіка реклами на ринку послуг. Основні закони реклами. Види реклами послуг. Види реклами за об'єктами рекламування. Рекламна кампанія. Прийняття рішення про рекламне звернення. Розробка рекламного бюджету та медіапланування. Засоби поширення реклами сервісної організації. Оцінювання ефективності рекламної діяльності. Характер виставкових заходів. Процес взяття участі сервісної організації в роботі виставки. Структура затрат на участь у виставці. Оформлення виставкового стенда. Робота персоналу під час виставки. Основні поняття та цілі формування фірмового стилю. Сутність фірмового стилю. Елементи фірмового стилю. Носії фірмового стилю. Товарний знак. Функції товарного знаку.

Тема 6. Позиціонування послуг та структурні зміни

Характеристика процесу. Комплексність та розбіжність. Структурні схеми комплексності та розбіжності в сервісних системах. Структурні схеми як інструмент дослідження поведінки споживачів. Альтернативні напрямки структурних змін. Маркетингова стратегія та зміни структури. Урахування змін сервісної системи.

Тема 7. Формування маркетингової стратегії організація на ринку послуг

Сутність стратегічного маркетингового планування. Ситуаційний аналіз. SWOT-аналіз. Можливості та загрози. Сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища. Визначення конкурентних переваг. Конкурентні переваги в середовищі сервісних підприємств. Планування цілей сервісної організації. Конкретність та вимірність цілей. Досягнення цілей. Орієнтація в часі. Вибірковість цілей. Розробка альтернативних стратегій. Матриця “продукт – ринок”. Стратегія глибокого впровадження на ринок. Стратегія розробки продукту. Стратегія розвитку ринку. Стратегія диверсифікації. Матриця “зростання – частка ринку”. Модель конкуренції М. Портера. Стратегія масового маркетингу. Стратегія диференційованого маркетингу. Стратегія концентрованого маркетингу. Вибір та оцінювання стратегії. Конкурентні переваги. Цілі фірми. Інтереси та відносини керівництва. Фінансові ресурси. Кваліфікація персоналу. Зобов'язання підприємства. Фактор часу. Розробка програми маркетингу. Вибір, значення та форма елементів маркетингу. Бюджет маркетингу. Фінансування “від можливостей”. Метод “фіксованого відсотка”. Метод “відповідності конкуренту”. Метод максимальних витрат. Метод на основі цілей та завдань. Метод врахування програми маркетингу.

Тема 8. Управління та контроль маркетингу сервісної організації

Сутність маркетингового менеджменту та його особливості в межах організацій – суб'єктів ринку послуг. Організація маркетингу на сервісному

підприємстві. Функціональна організація служби маркетингу. Організація служби маркетингу за продуктовим принципом. Регіональна організація служби маркетингу. Система маркетингового контролю. Контроль маркетингу. Контролінг. Ревізія маркетингу.

Тема 9. Управління процесом обслуговування

Формування сервісної системи з урахуванням факторів місця, простору та часу. Вибір способу надання послуг. Вибір місця та часу. Роль посередників у сервісному бізнесі. Збільшення цінності послуги за рахунок підвищення якості та продуктивності. Інтеграція стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування. Визначення і виправлення недоліків в якості обслуговування. Попередження проблем та їх вирішення. Використання послуг третіх осіб.

Тема 10. Управління чергами і система попередніх замовлень

Очікування обслуговування. Універсальні очікування. Природа черг. Елементи системи черг. Відповідність системи черг конкретним ринковим сегментам. Мінімізація сприйняття тривалості очікування. Психологічні аспекти сприйняття часу очікування. Інформування клієнтів о тривалості. Принципи роботи за умов персонального продажу. Рекомендації щодо ефективного персонального продажу. Поняття сітьового маркетингу. Зарубіжний досвід використання цієї системи продажу. Переваги сітьового маркетингу проти системи комівояжерів. План преміальних винагород за системи сітьового (багаторівневого) маркетингу. Досвід сітьового маркетингу в Україні. Ідеї, стиль і техніка діяльності сучасного професійного комерсанта.

Тема 11. Ринки послуг та Internet

Ціноутворення в епоху інформації. Знижки. Визначення цін для конкретних клієнтів. Переговори о ціні. Зворотні аукціони. Канали розподілу: від ланцюга поставок до сервісних центрів. Роздрібна реалізація персональних комп'ютерів. Сервісні центри. Комунікації. Діалоговий маркетинг. Перешкоди для проведення діалогового маркетингу.

Тема 12. Управління персоналом сервісної організації

Емоційна праця. Робочі завдання та найм персоналу. Роль маркетингу в сервісній фірмі. Маркетинг як зв'язуюча функція. Функція управління персоналом. Пошук ефекту синергії в менеджменті послуг. Як отримати лідерство у сфері послуг. Пошук лідера для сфери послуг. Якості лідера. Внутрішнє та зовнішнє лідерство. Оцінка потенціалу лідера. Лідерство, культура, клімат.

Тема 13. Міжнародні та глобальні стратегії в менеджменті послуг

Послуги в глобальній економіці. Сутність експорту послуг. Привабливість міжнародних ринків. Вплив сервісних процесів на вихід компанії на нові ринки. Стратегії виходу на ринок. Перешкоди для міжнародної торгівлі послугами. Стратегія маркетингу послуг та Internet.

Тема 14. Технології та сервісна стратегія

Значення технологій. Різноманітність технологій. Технології та інновації. Створення нових методів роботи. Історія розвитку інформаційних технологій. Використання новітніх технологій в сфері послуг. Споживач та інформаційні технології. Вплив Internet на маркетинг.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Маркетинг

66. Поняття маркетингу. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу.
67. Особливості американської та європейської шкіл маркетингу.
68. Економічні, соціологічні та культурологічні аспекти теорії маркетингу.
69. Концепції маркетингу.
70. Логіка розвитку маркетингових концепцій.
71. Фрагментарний маркетинг.
72. Маркетинг як функція підприємства.
73. Сучасна концепція маркетингу.
74. Потреби, цінності та попит споживачів.
75. Товар, вартість і цінність товару.
76. Задоволення споживачів.
77. Обмін і ринок.
78. Сегментування ринку.
79. Позиціонування продукції підприємства на ринку.
80. Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Еволюція концепції «4Р».
81. Функції і зміст складових елементів комплексу маркетингу.
82. Концепція «4С».
83. Маркетингове середовище підприємства.
84. Внутрішнє маркетингове середовище.
85. Чинники зовнішнього макро- середовища підприємства.
86. Чинники зовнішнього мікро- середовища підприємства.
87. Класифікація видів маркетингу.
88. Види маркетингу залежно від попиту на товар.
89. Маркетинг у сфері послуг.
90. Нові тенденції в суспільстві і світовій економіці.
91. Сучасні види маркетингу: глобальний, латеральний, креативний і емоційний.
92. Інтерактивний маркетинг.
93. Сутність концепції індивідуального маркетингу.
94. Програми лояльності та їх роль в залученні та утриманні споживачів.
95. Сутність концепції екологічного маркетингу. Екологічні потреби і товари.
96. Невизначеність і ризику в маркетингу.
97. Аналіз ризиків на етапах виведення нового товару на ринок.
98. Сутність і система маркетингових досліджень.
99. Маркетингова інформація і методи її отримання.
100. Маркетингові дослідження ринку.
101. Маркетингові дослідження підприємства.

102. Категорія товару в економіці та маркетингу. Рівні товару.
 103. Класифікація товарів.
 104. Сутність, цілі та завдання маркетингової товарної політики.
 105. Конкурентоспроможність товару.
 106. Процес розробки нових товарів.
 107. Життєвий цикл товару.
 108. Сутність маркетингової цінової політики.
 109. Сутність, цілі та завдання цінової політики.
 110. Класифікація цін.
 111. Ціноутворюючі чинники.
 112. Ціноутворення на різних типах ринків.
 113. Етапи процесу ціноутворення.
 114. Методи ціноутворення. Витратні методи ціноутворення.
 115. Методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на попит.
 116. Методи ціноутворення. Методи визначення ціни з орієнтацією на конкуренцію.
 117. Цінові стратегії.
 118. Встановлення остаточних цін. Зміна поточних цін.
 119. Сутність, цілі та завдання політики розподілу.
 120. Стратегії розподілу товарів.
 121. Сутність, функції та характеристика маркетингових каналів розподілу.
 122. Процес товароруху.
 123. Комунікації та комунікативний процес.
 124. Сутність, цілі та засоби комунікаційної політики.
 125. Комплекс маркетингових комунікацій.
 126. Процес вибору комплексу просування товару.
 127. Реклама та її види.
 128. Стимулювання збуту.
 129. Персональний продаж.
 130. Паблік рілейшнз.
- Організація збуту та управління маркетингом**
31. Проблеми організації збуту в Україні.
 32. Сучасні методи оцінки збутової діяльності підприємств.
 33. Сучасні тенденції розвитку методів та каналів збуту.
 34. Сутність, складові та ефективність збутових стратегій.
 35. Джерела отримання інформації при виборі оптимального посередника.
 36. Методи прогнозування збуту.
 37. Принципи та особливості оцінки ефективності збутової діяльності підприємств.
 38. Оцінка ефективності збутових угод.
 39. Оцінка ефективності збутових підрозділів підприємства.
 40. Оцінка можливості та доцільності створення власної збутової мережі.
- Оцінка ефективності роботи з клієнтами.

41. Оцінка впливу конкуренції на ефективність збутової діяльності підприємств.

42. Оцінка ефективності лізингових операцій.

43. Критерії ефективності франчайзингових систем.

44. Методи оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства.

45. Сутність та критерії оцінки ефективності збутової діяльності підприємств.

46. Фактори, що впливають на ефективність збутової діяльності.

47. Оцінка ефективності засобів стимулювання збуту.

48. Принципи побудови ефективних контрактних відносин.

49. Критерії вибору оптимальних збутових посередників.

50. Основні інструменти закупівельної діяльності.

51. Управління посередниками.

52. Фактори, що визначають стратегію вибору каналів збуту.

53. Характеристики торгових каналів.

54. Стратегії інтенсивного, вибіркового та виняткового збуту.

55. Переваги та недоліки стратегій збуту товарів.

56. Сутність управління каналами збуту.

57. Характеристика основних типів вертикальних маркетингових систем.

58. Співробітництво та конфлікти у вертикальних маркетингових системах.

59. Формування ефективних контрактних відносин.

60. Умови доцільності застосування багаторівневих маркетингових систем.

Маркетинг послуг

76. Основні поняття. Соціально-економічна сутність маркетингу та його особливості у сфері послуг.

77. Сутність та особливості ринку послуг.

78. Специфіка маркетингу послуг.

79. Сутність та зміст маркетингу в різних галузях послуг.

80. Сутність комплексного обслуговування та його завдання.

81. Розвиток теорії та практики маркетингу і їх прояви у маркетингу сервісних організацій.

82. Сервісна організація як основна ланка реалізації концепції маркетингу.

83. Основні умови застосування та принципи маркетингу в індустрії послуг.

84. Функції маркетингу на ринку послуг.

85. Технологія реалізації концепції маркетингу на підприємстві послуг.

86. Сутність, зміст та завдання маркетингових досліджень у сфері послуг.

87. Методичні засади маркетингових досліджень в індустрії сервісу.

88. Правила та процедури маркетингових досліджень сервісної організації.

89. Форми організації та здійснення маркетингових досліджень.

90. Система маркетингової інформації сервісного підприємства.

91. Маркетингові дослідження ринку послуг.

92. Маркетингові дослідження сервісного продукту.

93. Спостереження як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
94. Експеримент як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
95. Анкетування як засіб отримання первинної маркетингової інформації.
96. Вимоги до створення анкет для маркетингових досліджень.
97. Способи опрацювання та аналізу маркетингової інформації.
98. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі матриці «товар-ринок» І. Ансофа.
99. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі портфельного аналізу матриці «Бостонської консалтингової групи».
100. Стратегічні рішення сервісної організації, що ухвалюються на основі матриці «МакКінзі».
101. Оцінювання кон'юнктури ринку щодо конкретної послуги (групи послуг).
102. Методики визначення місткості ринку послуг.
103. Оцінювання конкурентоспроможності організації згідно з показниками її частки ринку.
104. Структура сервісного продукту.
105. Сутність та основні властивості якості обслуговування.
106. Позиціонування послуги.
107. Конкурентне середовище сервісного підприємства.
108. Можливості сервісної фірми при правильному розумінні потреб споживачів.
109. Характеристика процесу прийняття рішення про придбання послуг.
110. Сегментування як засіб вибору найперспективнішого цільового ринку.
111. Сегментування ринку за видами послуг. Ознаки та критерії успішного сегментування ринку послуг.
112. Вибір цільового ринку.
113. Сутність стратегічного маркетингового планування.
114. Ситуаційний аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
115. SWOT-аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
116. Ситуаційний аналіз, його сутність та значення в маркетинговій діяльності сервісного підприємства.
117. Визначення конкурентних переваг у середовищі сервісних підприємств.
118. Планування цілей сервісного підприємства.
119. Розробка альтернативних стратегій сервісного підприємства.
120. Вибір та оцінювання стратегії сервісного підприємства.
121. Розробка програми маркетингу сервісного підприємства.
122. Формування продуктової стратегії сервісного підприємства.
123. Життєвий цикл послуги.
124. Впровадження нових продуктів на ринок за етапами їх життєвого циклу.

- 125.Нові продукти в маркетинговій діяльності сервісної організації.
- 126.Основні етапи розробки нового продукту.
- 127.Ціна в комплексі маркетингу сервісної організації.
- 128.Етапи розробки цінової стратегії сервісної організації.
- 129.Вибір методу ціноутворення сервісної організації.
- 130.Визначення та реалізація цінової стратегії сервісної організації.
- 131.Канали збуту сервісної організації.
- 132.Формування стратегії розподілу сервісної організації.
- 133.Вертикальні маркетингові системи на ринку послуг.
- 134.Вибір посередників сервісної організації та визначення форм роботи з ними.
- 135.Сутність маркетингових комунікацій та їх особливості у сфері послуг.
- 136.Комплекс маркетингових комунікацій сервісної організації.
- 137.Розробка комунікаційної стратегії сервісної організації та її основні етапи.
- 138.Розробка бюджету і аналіз результатів комунікаційної стратегії сервісної організації.
- 139.Персональний продаж у маркетингу сервісної організації.
- 140.Стимулювання збуту як засіб дії на ринок.
- 141.Сутність та цілі популяризації (пропаганди) сервісної організації.
- 142.Паблік рилейшнз на ринку послуг.
- 143.Специфіка реклами на ринку послуг.
- 144.Види реклами за об'єктами рекламування.
- 145.Рекламна кампанія сервісного підприємства.
- 146.Характер виставкових заходів у сфері послуг.
- 147.Основні поняття та цілі формування фірмового стилю сервісної організації.
- 148.Марочна політика сервісної організації.
- 149.Організація маркетингу сервісної організації.
- 150.Система маркетингового контролю сервісної організації.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Маркетинг

- 14 Закон України «Про рекламу» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 5029-VI від 03.07.2012.
- 15 Закон України «Про інноваційну діяльність» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), N 3715-VI від 08.09.2011, ВВР, 2012, N 19-20.
- 16 Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» – Відомості Верховної Ради України (ВВР), N 5060-VI від 05.07.2012.
- 17 Закон «Про інформацію» №2657-12 від 02.10.92.
- 18 Закон України «Про захист прав споживачів» №1023-12 від 12.05.91.
- 19 Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. – [7-ме вид.]. – Київ: Лібра, 2010. – 720 с.
- 20 Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Ленковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.

21 Маркетинг: [підруч.] / [В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін.] – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удоскон. менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.

22 Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 1134 с.

23 Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.

24 Мороз Л.А. Маркетинг: [підруч.] / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай; за ред. А.А. Мороз. – [2-ге вид.]. – Л.: Нац. ун-т. “Львівська політехніка”, 2002. – 244с.

25 Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.

26 Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Знання – Прес, 2002. – 191с.

Організація збуту та управління маркетингом

11. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. – М.: Экономика, 2004. – 206 с.

12. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом: Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. предисл. Ф.А. Крутиков. – М.: Экономика, 2001. – 271 с.

13. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів. – К.: Лібра, 2004. – 685 с.

14. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 2000. – 255 с.

15. Довгань В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. – Тольятти: Дока-Пресс, 2000. – 232 с.

16. Стенворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе: Пер. с англ. / Под ред. Л. Н. Павловой. – М.: Аудит; ЮНИТИ, 1999. – 200 с.

17. Келли Джон Ф. Закупки с выгодой: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика; Аудит, 2002. – 96 с.

18. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке: Учеб. пособие / Под общ. ред. А.В. Зирянова. – Екатеринбург, 2001. – 416 с.

19. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Леньковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.

20. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии: Практ. пособие. – М.: Финстатинформ, 2001. – 181 с.

Маркетинг послуг

15. Амблер Тим. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общ. ред. Ю. А. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 400 с.

16. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.

17. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804 с.

18. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. для вузів. – К.: Лібра, 2004. – 685 с.

19. Джобер Д. Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ.: Учеб. пособие. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2000. – 688 с.

20. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е. М. Ленковой. – М.: Прогресс, 2000. – 1026 с.

21. Кристофер Лавлок. Маркетинг услуг. Персонал, технологии, стратегии. – М.; К.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 2005. – 1008 с.

22. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. – СПб.: Питер, 2000. – 240 с.

23. Майдебура Е.В. Маркетинг услуг. – К.: Віра-р, 2001. – 574 с.

24. Маркетинг: бакалаврський курс: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: Університетська книга, 2009. – 1134 с.

25. Пащук О.В. Маркетинг послуг: стратегічний підхід. Навч. посіб. – К.: ВД Професіонал, 2005. – 560 с.

26. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.

27. Ткаченко В.А. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: ЦУЛ, 2003. – 244 с.

28. Шканова О.М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. – К.: Кондор. 2003. – 220с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінці знань вступника за основу слід брати повноту і правильність отриманих відповідей і виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня зважена за оцінками відповідей на всі питання.

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
1	2	3	4	5
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<p>відповіді на запитання можуть містити незначні неточності</p>
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<p>відповіді на запитання містять певні неточності</p>

75–81	C	Добре	– міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі	– невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі	– невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі	– незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МАРКЕТИНГОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Анотація

Програму фахового вступного випробування зі спеціальності 075 Маркетинг освітня програма «Маркетинговий менеджмент» розроблено на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра відповідної спеціальності (та освітньої програми).

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань абітурієнтів під час вступу на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинговий менеджмент».

Мета фахового вступного випробування – перевірка рівня теоретичної та практичної підготовки абітурієнтів на базі здобутого ступеня бакалавр і формування рейтингового списку з абітурієнтів, які вступають на навчання для здобуття ступеня магістра за спеціальністю 075 Маркетинг освітньої програми «Маркетинговий менеджмент».

Вступні випробування проводяться в обов'язку навчальних програм з основних дисциплін навчального плану ступеня бакалавр, а саме: “Маркетинг промислового підприємства”, “Маркетингові дослідження”, «Маркетингові комунікації», «Маркетингова товарна політика», “Маркетингове ціноутворення”.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Розділ 1. МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Суть, завдання та концепції маркетингу на промисловому підприємстві

Сутність, концепції маркетингу на промисловому підприємстві. З точки зору сучасної теорії під системою маркетингу слід розуміти сукупність трьох елементів: філософії бізнесу, функції управління, сукупності інструментів з її реалізації.

Маркетинг як філософія бізнесу. Даний елемент системи дозволяє застосовувати в повсякденній маркетинговій діяльності методологію, розроблену на основі філософського концептуального підходу, а саме: методи аналізу й синтезу, методи дедукції та індукції, а також розглядати маркетинг як новий спосіб світопізнання і світосприймання.

Маркетинг як сукупність інструментів з реалізації маркетингової діяльності. Зумовлює як організаційну структуру маркетингового підрозділу на підприємстві, так і виконувані ним функції: інформаційне забезпечення, планування, реалізація і контроль маркетингу

Маркетинг як функція управління. Мається на увазі використання специфічного маркетингового інструментарію: маркетингові дослідження, оцінка попиту, сегментація і позиціонування, створення конкурентних переваг тощо.

Визначення промислового маркетингу. Предмет промислового маркетингу. Специфіка попиту на промислові товари. Споживачі промислової продукції. Основні цілі та завдання промислового маркетингу.

Тема 2. Стратегії промислового маркетингу.

Види маркетингових стратегій залежно від стадій життєвого циклу та ринкового попиту: стратегії конверсійного маркетингу; розвиваючого; стимулюючого; підтримуючого маркетингу; синхромаркетингу, ремаркетингу і демаркетингу та від конкурентоспроможності підприємства: стратегія ринкового лідера, послідовників, стратегія ринкової ніші.

Види товарної стратегії. Поняття стратегії сегментації. Стратегія диференційованого, недиференційованого і концентрованого маркетингу.

Поняття стратегії ціноутворення. Типи цінової стратегії: стратегія низьких цін, стратегія високих цін. Стратегія цінової дискримінації для різних сегментів. Стратегія довго-, середньо- і короткострокового маркетингу у промисловості.

Стратегічне планування на промисловому ринку. Процес стратегічного планування. Роль маркетингу в процесі стратегічного планування.

Тема 3. Промислові товари. Ринок промислових товарів та особливості маркетингової діяльності.

Ринок товарів промислового призначення: особливості, природа споживача, характер споживання товарів і природа самого товару. У промисловому маркетингу споживачами є організації й операції відбуваються з товарами промислового призначення.

Суб'єкти господарювання на ринку промислових товарів: промислові підприємства, підприємства оптової торгівлі, підприємства роздрібною торгівлі, некомерційні організації, урядові організації, підприємства-посередники.

Об'єкти промислового маркетингу: товари промислового призначення, які можна розділити на три категорії: матеріали й деталі, капітальне майно, допоміжні матеріали й послуги.

Процес ухвалення рішення про покупку товарів промислового призначення на промисловому ринку. Даний процес включає наступні етапи: пізнання проблеми, загальний опис потреб, розробка технічних специфікацій товару, пошук постачальників, подача пропозиції, вибір постачальника, розробка специфікації замовлення, контроль за виконанням.

Тема 4. Формування та дослідження попиту на промислові товари.

Вивчення попиту на промислові вироби в системі маркетингу тісно пов'язане з дослідженням ринкової сегментації. Через політику ринкової сегментації, здійснювану промисловим підприємством, провадиться в життя один з найважливіших принципів маркетингу - принцип орієнтації на споживача. Стосовно до виробів промислового призначення сегментацію товарного ринку можна проводити за умовами експлуатації й функціональному призначенню виробів, а також по географічному місцю розташування, групам кінцевих споживачів і їхньої вагомості.

Паралельно із процесом сегментації товарного ринку окремих видів промислової продукції необхідно визначати і місткість його окремих сегментів, рівень їхнього заповнення, позиції конкурентів на кожному сегменті ринку для того, щоб реально оцінити можливості свого підприємства й прийняти обґрунтоване рішення.

Після проведення сегментування потрібно позиціонувати на ринку підприємство і його вироби. Основними критеріями позиціонування промислових товарів є: технологія, якість, ціна, послуги, імідж, система розподілу товарів.

Визначення рівня попиту на продукт. Категорії: потреби, попит, бажання, мотивація. Управління попитом, фактори впливу на поведінку організацій-споживачів товарів промислового призначення. Прогнозування попиту.

Тема 5. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві.

Роль маркетингових досліджень у прийнятті управлінських рішень. Відмінності маркетингових досліджень на промисловому і споживчому ринках. Види маркетингових досліджень (кабінетні, польові, пілотні, панельні). Статистичні методи в маркетинговому дослідженні.

Комплексне дослідження ринку товарів промислового призначення проводиться по наступних основних напрямках: вивчення товару; вивчення ринку; вивчення споживачів; вивчення конкурентів; вивчення правових аспектів торгівлі на ринку; вивчення каналів збуту; вивчення реклами.

Результати проведення комплексного вивчення цільового ринку.

Тема 6. Кон'юнктура ринку промислової продукції та її дослідження.

При вивченні кон'юнктури досліджується широке коло виробничих, техніко-економічних і комерційних питань, які повинні бути враховані промисловим підприємством у ринковій діяльності.

Найважливішою характеристикою кон'юнктури товарного ринку є динаміка товарних цін, що у більшості випадків здатна вплинути на співвідношення попиту та пропозиції конкретних виробів на даному товарному ринку.

Послідовність вивчення кон'юнктури товарного ринку. На першому етапі необхідно досліджувати основні риси й особливості ринку, що характеризують його тип, географічне положення, рівень монополізації, ступінь розвитку інфраструктури й ін. На наступному етапі треба здійснити збір і нагромадження інформації, що відображає об'єктивний стан ринку.

Джерелами інформації можуть бути статистичні довідники, публікації в періодичній пресі, біржові вісники, експертні опитування фахівців ринку.

Виявлення тенденції й закономірностей формування й причини змін, що відбуваються у результаті аналізу кон'юнктури ринку.

Методика дослідження кон'юнктури конкретного товарного ринку укладається в послідовному аналізі ряду категорій: аналіз виготовлення виробів, аналіз попиту та пропозиції, аналіз експортно-імпортних відносин, аналіз цін.

Тема 7. Товарна політика та управління асортиментом продукції.

Товарна політика: сутність, цілі, задачі та основні принципи. Класифікація асортименту товарів. Етапи формування товарного асортименту.

Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ) та основні її етапи.

Процес створення нового товару та методи щодо їх розробки: методи мозкового штурму, метод синектики, морфологічний метод, метод Дельфі.

Тема 8. Цінова політика промислового підприємства

Маркетингова цінова політика. Значення фактора ціни в промисловому маркетингу. Теорія еластичності попиту і ціни. Класифікація цін залежно від призначення товарів: ціна виробника, ціна для покупця, ринкова ціна, статистична ціна.

Стратегії ціноутворення (ціновий рівень, цінова дискримінація, еластичність цін, диференціація цін). Стратегія низьких та високих цін.

Методи ціноутворення. Мета встановлення ціни на товар. Основні методи ціноутворення (витратний, ринковий).

Тема 9. Управління та планування маркетингу.

Управління маркетингом.

Маркетингові організаційні структури підприємства. Інтегровані і неінтегровані маркетингові структури, функціональна, товарна, ринкова, матрична, холдінгова та конгломератна моделі побудови маркетингової організаційної структури.

Маркетингове планування.

Маркетингове стратегічне планування. Місія та цілі фірми, ситуаційний аналіз, портофоліо-аналіз, GAP-аналіз, маржинальний аналіз, ABC-аналіз, матриця БКГ, матриця "McKinsey", матриця SWOT-аналізу, матриця Ансоффа, PIMS-аналіз.

Тема 10. Управління збутовою діяльністю і розподіл готової продукції.

Маркетингова політика розподілу товару промислового призначення товаропросування: сутність, мета, завдання.

Канали руху товарів (прямі, непрямі). Вибір оптимального каналу збуту.

Посередницька діяльність.

Стратегії збуту промислових товарів на ринок.

Тема 11. Комунікаційна політика промислового підприємства

Характеристика складових маркетингової комунікаційної політики. Елементи маркетингових комунікацій. Стимулювання збуту. Персональний продаж. Директ-маркетинг. Паблік рилейшнз. Популяризація, формування суспільної думки. Комунікації комп'ютерних мереж. Медіа-планування, пріоритетні напрямки основних засобів реклами.

Рекламна діяльність. Основні види реклами промислових товарів та їх характеристика.

Виставкова діяльність підприємства.

Персональний продаж у комплексі комунікацій промислового маркетингу.

Internet-технології у промисловому маркетингу.

Ефективність рекламних заходів.

Тема 12. Організація, контроль і ефективність маркетингової діяльності.

Контроль маркетингу промислового підприємства. Задачі контролю маркетингової діяльності. Контроль річних планів і його основні напрямки: аналіз продажу, аналіз частки ринку, аналіз співвідношення між витратами на маркетинг і обсягом продажу, фінансовий аналіз, аналіз уявлень користувачів та інших учасників ринкової діяльності. Контроль прибутковості.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності. Типові критерії і напрямки оцінки ефективності: контроль прибуткової та цінової політики, контроль

діяльності у сфері просування продуктів, контроль у сфері доведення продукту до користувача.

Оцінка маркетингу на підприємстві. Аудит маркетингу. Характеристики аудиту маркетингу. Зовнішній та внутрішній аудит маркетингу. Контролінг, як система управління процесом досягнення кінцевих результатів діяльності підприємства.

Розділ 2. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Тема 1. Система маркетингових досліджень

Маркетингові дослідження: сутність, мета, завдання, етапи. Класифікація маркетингових досліджень. Кабінетні і польові маркетингові дослідження. Кількісні та якісні маркетингові дослідження.

Тема 2. Маркетингова інформація

Сутність МІС. Принципи та етапи створення МІС. Значення маркетингової інформації. Вимоги до маркетингової інформації. Захист маркетингової інформації. Види маркетингової інформації. Джерела маркетингової інформації. Маркетингові інформаційні системи. Системи підтримки рішень та їх складові.

Тема 3. Методи збирання первинної інформації.

Кількісні та якісні методи збору даних при проведенні маркетингових досліджень. Кількісні методи дослідження. Переваги та недоліки кількісних методів дослідження. Основні етапи досліджень. Якісні дослідження та їх класифікація.

Фокус-групи. Планування та проведення фокус-групи. Різновиди фокус-груп та особливості їх використання. Переваги і недоліки фокус-груп. Глибинні інтерв'ю. Характерні риси, різновиди та особливості використання. Переваги і недоліки глибинних інтерв'ю. Аналіз протоколу, панельний метод опитування, особисте, телефонне, поштове інтерв'ю. Підготовка даних для аналізу. Перевірка анкет і редагування даних. Кодування даних. Статистична обробка даних.

Тема 4. Дослідження кон'юнктури і місткості ринку.

Розуміння сутності різних категорій ринків. Місткість ринку та методи її розрахунку. Основні аспекти дослідження кон'юнктури ринку. Показники стану загальної економічної кон'юнктури. Дослідження кон'юнктури конкретного товарного ринку.

Тема 5. Сегментування ринку.

Сутність ринкового сегментування. Алгоритм процесу ринкового сегментування. Вимоги до ефективної методики сегментування.

Тема 6. Прогнозні дослідження збуту.

Сутність прогнозування збуту. Чинники впливу на прогноз збуту. Основні показники, які використовують у прогнозуванні збуту.

Некількісні методи прогнозування збуту. Кількісні методи прогнозування збуту. Переваги та недоліки.

Тема 7. Дослідження конкурентоспроможності підприємства

Визначення поняття конкурентоспроможності. Аналіз показників конкурентоспроможності зовнішнього середовища підприємства. Аналіз показників конкурентоспроможності внутрішнього середовища підприємства. Аналіз підходів до оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства.

Тема 8. Дослідження поведінки споживачів

Сутність поведінки споживачів. Концептуальні схеми поведінки споживачів. Процес прийняття рішення про купівлю. Чинники зовнішнього та внутрішнього впливу на поведінку споживачів. Методи оцінки.

Розділ 3. МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Тема 1. Вступ до маркетингової цінової політики. Маркетингова цінова політика та комерційна політика фірми.

Цілі та рішення комерційної фірми. Маркетингова та цінова стратегії: взаємозв'язок та відповідність цілям фірми. Фактори, що визначають маркетингову цінову політику. Основні концептуальні підходи до ціноутворення.

Тема 2. Ціноутворення за ціннісним підходом.

Загальні принципи ціноутворення у відповідності до ціннісного підходу. Процес визначення ціни. Чутливість покупця до рівня ціни та методи її оптимізації.

Тема 3. Ціноутворення за витратним підходом.

Калькуляція собівартості виробу – основа розрахунку ціни. Розрахунок ціни товару на основі нормативу рентабельності. Розрахунок ціни товару з використанням системи знижок та надбавок. Економічне обґрунтування цінових змін.

Тема 4. Розробка цінової політики фірми.

Цінові фактори вибору конкурентної стратегії. Вибір типу цінової стратегії. Розробка цінової політики у відповідності до обраної цінової стратегії.

Розділ 4. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. Комунікації в системі маркетингу.

Зміст комунікаційних зв'язків і їх місце в системі маркетингу. Формування системи маркетингових комунікацій. Чинники, що визначають структуру СМК

Тема 2. Основи класифікації понять у маркетингових комунікаціях.

Елементи комунікацій. Бар'єри комунікації. Визначення цільової аудиторії. Визначення бажаної у відповідь реакції. Вибір методу звернення. Вибір каналів розповсюдження інформації. Вибір властивостей, що характеризують джерела звернення. Урахування зворотного зв'язку

Тема 3. Рекламування товару.

Суть і роль реклами. Види реклами. Характеристика основних засобів розповсюдження реклами. Етапи планування рекламної програми. Розробка бюджету реклами.

Тема 4. Стимулювання збуту.

Постановка цілей стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту. Цінове стимулювання. Натуральне стимулювання. Активна пропозиція: конкурси, лотореї і ігри. Стимулювання торгової мережі. Стимулювання торгових посередників.

Тема 5. Організація роботи з громадськістю (паблік рилейшнз).

Сутність поняття PR. Історія виникнення паблік рилейшнз. Цілі, завдання і функції паблік рилейшенз. PR-фахівці: завдання, функції, вимоги. Основні інструменти і напрями паблік рилейшнз. Вплив PR на імідж підприємства

Тема 6. Реклама на місці продажу.

Завдання реклами в місці продажів. Суть POS -матеріалов. достоїнства і недоліки деяких видів POS-матеріалів. Особливості використання панно, шелфтокерів, мобайлів, воблерів, муляжів, анімаційних дисплеїв. Правила розміщення POS-матеріалів. Звукова реклама в місці продажу.

Тема 7. Прямий маркетинг.

Суть і цілі прямого маркетингу. Засоби прямого маркетингу. Техніка оформлення рекламних листів.

Тема 8. Персональний продаж.

Суть, достоїнства і недоліки персонального продажу. Завдання персонального продажу. Основні характеристики і прийоми персонального продажу. Стратегії персонального продажу. Етапи персонального продажу.

Тема 9. Організація маркетингових комунікацій.

Організація рекламної служби підприємства. Рекламні агентства: функції, види. Способи і особливості взаємодії з рекламними агентствами.

Розділ 5. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Тема 1. Товари і послуги в маркетинговій діяльності.

Поняття товару. Властивості товару. Моделі товару (модель Котлера, Ламбена, Благоева та ін.). Класифікація товарів. Поняття і властивості послуг. Поняття двостороннього маркетингу. Методи зовнішнього маркетингу фірми в сфері послуг. Методи внутрішнього маркетингу фірми в сфері послуг.

Тема 2. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства.

Сутність та задачі маркетингової товарної політики. Поняття асортименту, номенклатури, їх властивості. Принципи формування асортименту. Етапи планування асортименту. Технологія планування асортименту. Методи аналізу асортименту.

Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару.

Поняття ціни як економічної категорії. Фактори, що впливають на ціну товару. Методи ціноутворення.

Тема 4. Управління якістю продукції підприємства.

Поняття якості товару. Показники якості. Фактори, що впливають на якість товару. Методи визначення рівня якості. Статистичні методи оцінки якості продукції. Комплексне управління якістю продукції. Стандартизація та сертифікація товарів та послуг.

Тема 5. Оцінка конкурентоспроможності товару.

Поняття конкурентоспроможності товару. Процес оцінки конкурентоспроможності товару. Фактори, що визначають конкурентоспроможність товару. Шляхи підвищення конкурентоспроможності товару.

Тема 6. Ринок товарів. Формування попиту на ринку окремого товару.

Характеристики ринку товарів. Підходи до вивчення індивідуального попиту споживачів. Дослідження попиту на основі ефектів доходу та заміщення; з використанням теорії граничної корисності; за допомогою концепції кривих байдужності.

Тема 7. Маркетингові дослідження товарного ринку.

Сутність та основні етапи маркетингового дослідження ринку. Можливі напрямки дослідження товарного ринку. Дослідження в процесі розробки нового товару.

Тема 8. Вибір цільового ринку товару підприємства.

Поняття цільового ринку. Сутність сегментування. Оцінка сегментів ринку. Прийняття рішення про маркетингову стратегію вибору та обробки цільового ринку підприємства (диференційований маркетинг, недиференційований маркетинг, концентрований маркетинг).

Тема 9. Організація управління продуктом.

Сутність організації управління продуктом. Організаційні структури управління продуктом (функціональна, ринкова, товарна, ринково-товарна)

Тема 10. Життєвий цикл товару.

Концепція життєвого циклу товарів. Види життєвого циклу товарів. Вплив факторів моди та стилю на ЖЦТ. Характеристика етапів ЖЦТ. Комплекс маркетингу на кожному з етапів ЖЦТ.

Тема 11. Розробка нових товарів.

Поняття нового товару. Причини необхідності розробки нових товарів. Процес розробки нового товару (характеристика етапів).

Тема 12. Упаковка в системі планування продукту. Ідентифікування продукції.

Функції упаковки. Процес розробки упаковки. Стратегії при проектуванні упаковки. Основні критерії оцінки упаковки. Маркировка товару. Необхідність створення торгової марки. Процес створення торгової марки.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ 1. Маркетинг промислового підприємства

1. Сутність промислового маркетингу
2. Характеристика об'єктів та суб'єктів промислового маркетингу
3. Відмінність товарів промислового призначення від споживчих
4. Маркетингові дослідження на ринку промислових товарів
5. Характеристика кон'юнктури ринку товарів промислового призначення
6. Сегментація ринку промислової продукції
7. Позичування промислової продукції
8. Фактори, які впливають на процес прийняття рішення щодо покупки товарів промислового призначення
9. Процес прийняття рішення споживачами про закупівлю промислових товарів
10. Товарна політика на промисловому ринку
11. Аналіз життєвого циклу товару промислового призначення
12. Залежні та незалежні посередницькі підприємства
13. Види цін на промислову продукцію
14. Визначення структури та формування питань анкети опитування споживачів

Розділ 3. Маркетингове ціноутворення

29. Цілі комерційної фірми та формулювання задач маркетингу.

30. Місце маркетингової цінової політики у системі рішень, що приймаються комерційною фірмою (стратегічних, управлінських та оперативних). Характеристика ситуацій, актуалізуючих проблему ціноутворення.

31. Цінова стратегія та цінова політика: сутність, фактори, що їх визначають.

32. Ціннісний підхід до ціноутворення: сутність, цілі та умови використання.

33. Економічна цінність товару: поняття та визначення.

34. Використання економічної цінності товару при визначенні діапазону можливих цін.

35. Процедура визначення економічної цінності товару.

36. Сприйняття ціни товару покупцем та фактори його цінової чутливості.

37. “Ефект уявлення про наявність замітника” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

38. “Ефект витрат на переключення” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

39. “Ефект унікальності” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

40. “Ефект утруднення порівняння” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

41. “Ефект оцінки якості через ціну” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

42. “Ефект важливості кінцевого результату” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

43. “Ефект можливості розподілу витрат” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

44. “Ефект “справедливості” ціни” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

45. “Ефект утворення запасів” та його використання з метою збільшення обсягів продажу товару.

46. Витратний підхід до ціноутворення: сутність, цілі та умови використання.

47. Калькуляція собівартості товару: призначення та основні статті.

48. Види та характеристика витрат, суттєвих для прийняття цінових рішень.

49. Методика визначення ціни за нормативом рентабельності витрат.

50. Визначення ціни на основі знижок та надбавок: основні принципи та умови використання.

51. Знижки за великий обсяг закупівель: сутність, економічний зміст, форми реалізації.

52. Некумулятивні знижки за великий обсяг закупівель: призначення, умови використання, механізм, наслідки для продавця та покупця.

53. Кумулятивні знижки за великий обсяг закупівель: призначення, сутність, умови використання, механізм.

54. Ступінчасті знижки за великий обсяг закупівель: призначення, сутність, умови використання, механізм.

55. Знижки за позасезонну закупівлю: призначення, сутність, умови використання, механізм.

56. Знижки за прискорення оплати: призначення, сутність, умови використання, схема, механізм.

57. Знижки при комплексній закупівлі товарів: призначення, сутність, умови використання, механізм.

58. Знижки для стимулювання продажів нового товару та знижки для “вірних” або престижних покупців: призначення, сутність, умови використання, механізм.

59. Методика визначення безбиткового збільшення обсягу продажів, компенсуючих втрати, викликані зниженням ціни товару (випадок незмінності витрат).

60. Методика визначення безбиткового збільшення обсягу продажів, компенсуючих втрати, викликані зниженням ціни товару (випадок зменшення змінних витрат).

61. Методика визначення безбиткового збільшення обсягу продажів, компенсуючих втрати, викликані зниженням ціни товару (випадок зміни умовно-постійних витрат).

62. Етапи розробки цінової стратегії: загальна характеристика.

63. Напрямки збирання вихідної інформації у процесі розробки цінової стратегії.

64. Стратегічний аналіз у процесі розробки цінової стратегії.

65. Вибір та обґрунтування цінової стратегії.

66. Характеристика основних типів цінової стратегії.

67. Стратегія високих цін: сутність, умови використання, механізм.

68. Стратегія низьких цін: сутність, умови використання, механізм.

69. Нейтральна стратегія ціноутворення: сутність, умови використання, механізм.

70. Цінова політика: сутність, зміст, фактори, що її визначають, види.

71. Обґрунтування цін товарів-субститутів.

72. Обґрунтування цін товарів-комплементів.

73. Цінова політика: рішення щодо стабільності цін.

74. Сутність та типологія політичних рішень щодо цін.

Розділ 4. Маркетингові комунікації

75. Активна пропозиція як різновид стимулювання збуту

76. Вибір засобів стимулювання для кінцевого споживача

77. Вибір засобів стимулювання для торгового персоналу

78. Вибір засобів стимулювання торгової мережі

79. Визначення ефективності комунікаційних заходів

80. Вплив PR на імідж підприємства

81. Етапи організації виставкових експозицій та ярмарок

82. Етапи розробки ефективних комунікацій

83. Задачі комунікаційної політики підприємства

84. Засоби розповсюдження товарів

85. Методи визначення бюджету на просування товарів

86. Організація прес-конференцій в рамках маркетингової діяльності

87. Поняття та переваги особистого продажу

88. Поняття та показники визначення якості товару
89. Постановки цілей стимулювання збуту
90. Процес маркетингових комунікацій
91. Реклама як основний елемент комунікаційної системи підприємства
92. Сутність та завдання паблік-рілейшнз
93. Сутність та організація презентації в рамках маркетингової діяльності
94. Сутність та цілі прямого маркетингу
95. Характеристика елементів маркетингової системи комунікацій
96. Характеристика маркетингової комунікаційної системи підприємства
97. Характеристика засобів розповсюдження реклами
98. Вибір засобів стимулювання торгової мережі
99. Визначення ефективності комунікаційних заходів
100. Вплив PR на імідж підприємства
101. Етапи організації виставкових експозицій та ярмарок
102. Етапи розробки ефективних комунікацій
103. Задачі комунікаційної політики підприємства
104. Засоби розповсюдження товарів
105. Методи визначення бюджету на просування товарів

Розділ 5. Маркетингова товарна політика

106. Аналіз факторів маркетингового середовища підприємства
107. Види і методи конкуренції на товарних ринках
108. Визначення місткості ринку
109. Визначення місця товару на ринку (матриця БКГ, матриця Дженерал Електрик)
110. Визначення ознак та критеріїв сегментування ринку
111. Етап виведення на ринок: характеристика, мета, стратегії
112. Етап занепаду: характеристика, мета, стратегії
113. Етап зрілості: характеристика, мета, стратегії
114. Етап зростання: характеристика, мета, стратегії
115. Задачі та класифікація сервісу в системі товарної політики фірми
116. Зміст товарної політики підприємства.
117. Конкурентоспроможність товару та методи її визначення
118. Стратегії позиціювання
119. Методи аналізу товарного асортименту
120. Методи визначення якості товару
121. Моделі купівельної поведінки на споживчому ринку
122. Напрямки диверсифікації товарної політики
123. Планування зміни асортименту
124. Поняття марки і вибір марочної стратегії
125. Поняття та застосування пробного маркетингу
126. Поняття та значення нового товару
127. Поняття та класифікація товару і послуги
128. Розробка стратегії маркетингу нового товару
129. Стандартизація й сертифікація товарів та послуг: сутність, цілі, принципи організації

130. Сутність та види життєвого циклу товарів
131. Сутність та методика вибору цільового ринку
132. Упаковка товару: сутність, функції, призначення, вимоги до виробництва
133. Характеристика етапів розробки нових товарів
134. Характеристика трьох рівнів товару

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Перерва П.Г. «Управление маркетингом на машиностроительном предприятии» - Х.: «Основа», 1993.
2. Зозулев А. В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учеб. пособие. — К.: Центр учебной литературы, 2010.
3. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг (Часть I) / Ковалев А.И. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2002.
4. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: Підручник. 2-е вид / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Львів: Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2004.
5. Кушнір Т.М. Маркетинг промислових підприємств: Методичні вказівки та плани практичних занять для студентів економічного факультету – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 32 с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. Учеб. пособие / Под. ред. Н.А.Нагапетьянца. – М.: Вузовский учебник, 2007.
7. Миннет Стив. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
8. Нечаев В.П. Промисловий маркетинг: Навч. метод. посіб. для самост. вивчення дисципліни / Нечаев В.П. – Кривий Ріг: МІНЕРАЛ, 2009.
9. Оснач О.Ф. Промисловий маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч.закл.]/ О.Ф.Оснач, В.П. Пилипчик, Л.П. Коваленко – К.: Центр учбової літератури, 2009.
10. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2005.
11. Промисловий маркетинг. Теорія та господарські ситуації. Підручник / За ред.. Старостіної А.О. — К.: "Іван Федоров", 1997.
12. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручник / О.С. Телетов. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004.
13. Старостина А.А. Маркетинговые исследования – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 320 с.
14. Крикавський Є.В., Косар Н.С., Мних О.Б., Сорока О.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник. – Львів, НУ “Львівська політехніка” – “Інтелект-Захід”, 2004. – 288 с.
15. Войчак А.В., Федорченко А.В. Маркетингові дослідження: підручник / За наук. ред. А.В.Войчака. – К.: КНЕУ, 2007. – 408 с.
16. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и

практика. М., Финпресс, 1998. – 416 с.

17. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования, 5-е издание, СПб.: Питер, 2007. – 704 с.

18. Зозулев А.В., Солнцев С.А. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика, Киев: «Знання», 2008. – 643 с.

19. Малхорта, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство, 4-е издание, «Диалектика-Вильямс», 2007. – 576 с.

20. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: Питер, 1999.-416 с.

21. Томас Р. Количественные методы анализа хозяйственной деятельности/Пер. с англ.-М.: «Дело и сервис», 1999.-432 с.

22. Котлер Ф. Основы маркетинга/Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1990.-736 с.

23. Липсиц И. Коммерческое ценообразование. - М.: БЕК, 2000.-368 с.

24. Ноздрева Р., Цыгичко Л. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: Финансы и статистика, 1991.- 304 с.

25. Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Междунар. отношения, 1993.-352 с.

26. Ерухимович И. Ценообразование. - К.: МАУП, 1999.-108 с.

27. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – К.: Лібра, 2002.- 712 с.

28. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. – К.:КНЕУ, 2005. – 393 с.

29. Ерухимович И.М. Ценообразование: Учеб-метод. пособие. – К. МАУП, 2003. – 108 с.

30. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.

31. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. – К.: ДП «Видавничий дім «Персонал», 2008. – 244 с.

32. Мельник Л.Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.

33. Шевчук Д.А. Ценообразование. Уч. пособ. М. 2008. – 240 с.

34. Борисов А.Л. Технологии рекламы. – М.: Прогресс, 2001.

35. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. – М.: Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.

36. Дайан А., Букерель Ф., Ланкар и др. Академия рынка. Маркетинг. – М.: Экономика, 1993.

37. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 944 с.

38. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. – СПб.: Наука, 1996.

39. Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К. Рекламная деятельность: учебник. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2001. – 364 с.

40. Ромат Е. Реклама в системе маркетинга. – Х.: НВФ «Студцентр», 1995. – 229 с.

41. Росситер Д., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб.: «Питер», 2000. – 656 с.

42. Саркисян О. Конспект рекламиста. – М.: РА «Нью-тон», 1999. - 129 с.

43. Сендидж Ч. Реклама: теория и практика. М.: Прогресс, 1999. – 630 с.
44. Уткин Э. Рекламное дело. – М.: Экмос, 1989. - 272 с.
45. Уэллс У. Реклама: принципы и практика. – СПб.: “Питер”, 2001. – 346 с.
46. Войчак А.В. Маркетинговый менеджмент, 1998 .
47. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебник. 1999.
48. Дайан А., Букерель Ф., Ланкар и др. Академия рынка. Маркетинг. 2001.
49. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг, 1995.
50. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика, 2000.
51. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ, 2000.
52. Котлер Ф. Основы маркетинга, 2000.
53. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. 2002.
54. Кулибанова В.В. Маркетинг: сервисная деятельность, 2000
55. Осипов В. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения, 2001
56. Федюкин В. Методы оценки и управления качеством промышленной продукции, 2001.
57. Шканова Е.М. Маркетинговая товарная политика, 2003.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

При оцінювання знань за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань. Загальна оцінка визначається як середня виважена з оцінок відповідей на усі запитання.

Рейтин гова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначе ння	Націо нальна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмін но	– глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі	відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	– глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі	відповіді на запитання містять певні неточності

75–81	C	Добре	– міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв’язувати практичні задачі	– невміння використовувати теоретичні знання для розв’язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв’язувати прості практичні задачі	– невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв’язувати складні практичні задачі
60–63	E	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв’язувати найпростіші практичні задачі	– незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв’язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв’язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв’язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»

**Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного
бізнесу**

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор

_____ Р.П. Мигущенко

« » _____ 2019 р.

ПРОГРАМА

для проведення вступних випробувань за фахом
при зарахуванні на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за
конкурсними пропозиціями

076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
«Економіка і управління інтелектуальною власністю»

Директор інституту
_____ О. Манойленко

Харків 2019

ЗМІСТ

«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».....	3
«Економіка і управління інтелектуальною власністю»	13

«ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Анотація

Метою фахових вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр», «спеціаліст», «магістр».

Вступні випробування охоплюють перелік фахових дисциплін: товарознавство, технічне регулювання, організація торгівлі, маркетинг, економіка торгівлі, світовий ринок товарів та послуг, фінанси.

Абітурієнт повинен знати основні питання товарознавства, технічного регулювання, організації торгівлі, маркетингу, економіки торгівлі, світового ринку товарів та послуг, фінансів.

Програма вступного випробування для конкурсного відбору вступників до НТУ «ХП» (далі - Університет) для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» побудована за синтетичним міжпредметним принципом і складається з окремих розділів, кожен з яких інтегрує матеріал певного функціонального спрямування.

Метою програми для конкурсного відбору вступників до Університету для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є виявлення рівня засвоєних знань та вмінь, визначених галузевими стандартами вищої освіти для фахівців освітнього ступеня «бакалавр», що навчалися за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Програма охоплює теоретичні і прикладні питання, що в рамках Освітньо-професійної програми підготовки бакалавра визначають наявність у випускника здібностей виконувати функції, визначені Освітньо-кваліфікаційною характеристикою бакалавра.

Програма вступного випробування для здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» охоплює питання з таких нормативних фахових дисциплін:

Товарознавство.

Технічне регулювання.

Організація торгівлі.

Маркетинг.

Економіка торгівлі.

Світовий ринок товарів та послуг.

Фінанси.

Організація вступного випробування здійснюється відповідно до положення про приймальну комісію НТУ «ХП».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Тема 1. Економічна сутність підприємництва

Виникнення та еволюція поняття «підприємництво». Бізнес і підприємництво: загальне і особливе. Підприємництво як вид господарської діяльності.

Класифікація підприємств за певними ознаками. Юридичні акти, які регламентують умови створення, функціонування та ліквідації підприємництва.

Стан розвитку малого і середнього підприємництва в країнах світу.

Суб'єкти підприємницької діяльності.

Тема 2. Види та форми підприємництва

Приватне, колективне, державне підприємництво та особливості їх здійснення. Виробниче підприємництво. Місце і роль малого підприємництва в ринковій економіці. Економічна сутність малих підприємств. Переваги та недоліки малого підприємництва.

Підприємство як суб'єкт підприємницької діяльності. Основні види підприємництва та їх організаційні форми. Об'єднання підприємництва:

асоціація, корпорація, холдинг, консорціум, концерн. Господарські товариства як суб'єкти підприємництва та їх види.

Особливості створення та функціонування акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, товариств з додатковою відповідальністю, повних товариств, командитних товариств.

Тема 3. Принципи та функції підприємництва

Вибір виду діяльності. Залучення коштів до здійснення підприємницької діяльності. Формування програми діяльності. Наймання працівників. Залучення і використання різних видів ресурсів. Розподілення прибутків.

Ризики та потреби в процесі здійснення підприємницької діяльності.

Економічний інтерес підприємця. Конкуренція на ринку.

Основні принципи управління підприємництвом: економічність, системність, пропорційність, матеріальна зацікавленість, самоуправління та їх характеристика. Планування, організація, мотивація і контроль як основні функції управління підприємництвом.

Тема 4. Підприємницьке середовище

Моделі середовища господарювання підприємств. Зовнішнє середовище підприємницької діяльності. Класифікація факторів зовнішнього середовища підприємницької діяльності.

Техніко-технологічні фактори. Економічні фактори. Міжнародні фактори.

Політико-інституційні фактори. Демографічні фактори. Соціально-культурні фактори. Географічно-екологічні фактори.

Споживачі. Постачальники матеріально-технічних ресурсів. Виробники товарів-замінників. Конкуренти. Партнери. Контактні аудиторії підприємництва.

Визначення економічних термінів: трудові ресурси, кадри, персонал, трудовий потенціал. Поділ персоналу за професіями, спеціальностями і кваліфікацією. Виокремлення і характеристика робітників за рівнем кваліфікації.

Показники чисельності персоналу, їх склад та методика визначення. Показники руху персоналу та методика їх визначення.

Тема 5. Технологія заснування підприємницької справи

Підприємницька ідея та її джерела. Вибір сфери діяльності. Вибір форми організації бізнесу. Визначення переваг створюваного підприємництва. Аналіз конкуруючих товарів та підприємств-конкурентів.

Види структур підприємництва: загальна, виробнича, організаційна.

Види виробничих структур в залежності від різних класифікаційних ознак: цехова, безцехова, корпусна, комбінаторська. Фактори формування виробничої структури.

Основні засоби як один з елементів оцінки капіталу підприємництва.

Структура основних засобів у відповідності до їх класифікації. Вікова, та елементна структура основних засобів. Сутність виробничих засобів та їх особливості оцінки. Невиробничі засоби підприємництва та їх особливості.

Аналіз та оцінка активної та пасивної частини основних засобів підприємництва. Виробничі засоби як вартісна категорія. Класифікація груп основних засобів та інших необоротних активів і мінімально допустимих строків їх амортизації. Загальні критерії визнання активів.

Основні типи організаційних структур підприємництва: лінійні, функціональні, лінійно-функціональні, дивізіональні, матричні організаційні структури підприємництва та їх характеристика.

Тема 6. Економічні ризики в підприємстві

Основні поняття й визначення зон ризику. Сутність ризиків та їх види в підприємстві. Різниця понять „ризик” та „невизначеність”. Зони ризиків в залежності від втрат.

Прибуток та збиток як основні показники фінансових результатів діяльності сучасного підприємства. Обліковий та податковий прибуток підприємства. Види облікового прибутку. Склад доходів та витрат. Методика визначення оподаткованого прибутку. Інші види прибутку (маржинальний, реальний, нормальний та інші).

Тема 7. Розвиток підприємницької діяльності

Екстенсивний шлях розвитку. Інтенсивний шлях розвитку. Інноваційний шлях розвитку. Показники інтенсифікації і підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Економічний ефект та ефективність, сутність та відмінності.

Характеристика методичних підходів щодо визначення витрат та результатів, необхідних для розрахунку ефективності: ресурсний, витратний, ресурсно-витратний. Показники економічного ефекту та їх характеристика.

Характеристику різних видів ефективності в залежності від певних класифікаційних ознак: за наслідками - економічна та соціальна; за місцем отримання ефекту - локальна та народногосподарська; за ступенем збільшення ефекту - первісна та мультиплікаційна; за метою визначення - абсолютна та порівняльна та ін.

Внутрішні та зовнішні чинники підвищення ефективності виробництва.

Класифікаційні ознаки факторів зростання ефективності та їх характеристика: за видами витрат і ресурсів, за напрямками розвитку та вдосконалення виробництва (діяльності), місцем реалізації в системі управління виробництвом (діяльністю). Напрямки підвищення ефективності діяльності підприємства: ресурсний, організаційний, технологічний та їх характеристика.

Тема 8. Культура підприємства

Сутність, види та елементи підприємницької культури. Стилi керівництва: демократичний, ліберальний, автократичний. Норми і правила поведінки керівника. Методи і стилі розв'язання конфліктів.

Соціальні цінності підприємницької діяльності. Основні методи впливу підприємця на підлеглих. Психологія підприємства.

Економічна складова підприємства продуктивність праці. Основні показники оцінки ефективності використання трудових ресурсів підприємства. Шляхи підвищення продуктивності праці.

Структура заробітної плати. Основна заробітна плата. Додаткова заробітна плата. Основні форми оплати праці. Законодавча база регулювання системи оплати праці підприємства.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Приклад екзаменаційного білету

I. Тестові завдання

1. Оберіть номер правильної відповіді:

1. У відповідності до якої теорії метою підприємництва є забезпечення стійкого розвитку?

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| а) неокласична; | г) теорія підприємництва; |
| б) біхевіористська; | д) теорія корпорації; |
| в) інституціональна; | е) еволюційна; |
| | ж) мережева. |

2. Яка з теорій розглядає підприємство з позицій ресурсно-технологічного підходу, та основною метою визначає максимізацію доходу (прибутку)?

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| а) неокласична; | г) теорія підприємництва; |
| б) біхевіористська; | д) теорія корпорації; |
| в) інституціональна; | е) еволюційна; |
| | ж) мережева. |

3. Визначте основні функції управління підприємством відповідно до їх сутності:

Функції управління	Сутність
1. Планування	а) управлінська діяльність, спрямована на розподіл робіт між окремими виконавцями та їх групами, встановлення взаємозв'язків між ними та узгодження їх діяльності з метою досягнення цілей підприємства;
2. Організація	
3. Мотивація	
4. Контроль	

	<p>б) управлінська діяльність, спрямована на забезпечення досягнення цілей підприємства шляхом постійного спостереження за його діяльністю та усунення відхилень, що при цьому виникають;</p> <p>в) процес впливу на людину шляхом створення умов, які дозволяють їй відчувати, що вона може задовольнити свої потреби такою поведінкою, яка забезпечить досягнення цілей організації;</p> <p>г) визначення цілей діяльності підприємства (прогнозування) та виборі способів (шляхів) їх досягнення.</p>
--	--

4. До організаційних структур управління традиційного типу відносяться:

- | | |
|-------------------|--------------------|
| а) лінійна; | г) матрична; |
| б) функціональна; | д) змішана; |
| в) регіональна; | е) лінійно-штабна. |

5. Підприємництво пов'язане з обміном, розподілом і споживанням товарів через торгові установи та біржі називається комерційним:

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| а) так, твердження вірне; | б) ні, твердження не верне. |
|---------------------------|-----------------------------|

6. Відповідальність учасників акціонерного товариства характеризується як:

- | | | |
|-----------|--------------|---------------|
| а) повна; | б) обмежена; | в) додаткова. |
|-----------|--------------|---------------|

7. Чистий прибуток підприємництва - це...

- | |
|--|
| а) прибуток до оподаткування після вирахування податків; |
| б) прибуток від звичайної діяльності після вирахування податків; |
| в) дохід від реалізації продукції після вирахування непрямих податків; |
| г) прибуток від операційної діяльності після вирахування податків. |

8. Підприємництво – це...

9. Показники продуктивності праці характеризують:

- | |
|--|
| а) рух трудових ресурсів підприємства; |
| б) міру кількості затраченої праці; |
| в) ефективність трудових витрат; |
| г) плинність трудових ресурсів підприємства. |

10. Неявні (імпліцитні) витрати - це...

- | |
|--|
| а) безпосередні грошові виплати; |
| б) втрачена вигода, яка не набуває форми фактичних грошових виплат; |
| в) фактичні втрати, які може понести підприємство, неотримуючі при цьому компенсації у вигляді доходу. |

11. До показників ефективності використання основних засобів підприємства належать:

- | |
|--|
| а) коефіцієнт оновлення основних засобів; |
| б) фондомісткість; |
| в) коефіцієнт змінності роботи устаткування; |
| г) коефіцієнт використання праці. |

12. Учасники товариства з додатковою відповідальністю відповідають за борги товариства

- а) у межах належних їм внесків;
- б) солідарна відповідальність усім майном у розмірі, кратному внеску;
- в) у межах належних їм внесків і майном;
- г) у межах належних їм акцій.

13. Рентабельність власного капіталу визначається як...

- а) відношення валового прибутку до власного капіталу;
- б) відношення чистого прибутку до власного капіталу;
- в) відношення операційного прибутку до власного капіталу;
- г) відношення прибутку (до сплати процентів по кредитах) до власного капіталу.

14. Приватне підприємництво в Україні - це підприємство, засноване на...

- а) виключно особистій праці фізичної особи та його власності;
- б) власності та праці громадян - членів однієї сім'ї;
- в) власності окремого громадянина з правом найму робочої сили.

15. Процес дисконтування - це:

- а) процес визначення внутрішньої ставки доходності;
- б) процес визначення теперішньої вартості майбутніх грошових надходжень;
- в) процес нарощування вартості грошей у часі;
- г) процес визначення ефективності капіталовкладень.

16. Назвіть основні групи факторів, що мають прямий вплив на підприємництво:

- | | | |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|
| а) «контактні аудиторії»; | е) техніко-технологічні; | й) економічні; |
| б) міжнародні; | ж) конкуренти; | к) демографічні; |
| в) постачальники; | з) партнери; | л) споживачі; |
| г) соціально-культурні; | і) виробники товарів-м) | географічно-екологічні. |
| д) політико-інституційні; | замінників; | |

17. У чому полягає процес планування підприємницької діяльності?

18. До якого виду підприємницької діяльності відносяться банки та фондові біржі:

- а) виробничого підприємництва;
- б) консультативного підприємництва;
- в) фінансового підприємництва;
- г) комерційного підприємництва.

19. Тимчасові статутні об'єднання промислового та банківського капіталу. Це ...

- а) корпорації;
- б) концерни;
- в) консорціуми;
- г) асоціації.

20. Економічний ефект в загальному розумінні визначається як:

- а) співвідношення витрат та результатів діяльності;
- б) співвідношення результатів та витрат діяльності;
- в) різницю між результатом та витратами діяльності;

г) різницю між витратами та результатом діяльності.

II. Практичні завдання

Завдання 1 (діагностичне). Структура персоналу ТОВ «Апекс» наведена в табл. 1. Визначити: абсолютне і відносне відхилення за категоріями працівників; частку кожної категорії в загальній чисельності.

Таблиця 1

Вихідні дані для розрахунків

Показник	Роки	
	2015	2016
1	2	3
Промислово-виробничий персонал - всього:	3071	2494
В т.ч. робітники	2148	1738
з них основні	773	595
допоміжні	1375	1143
керівники	389	325
фахівці	478	394
службовці	56	37
Непромисловий персонал	165	166
Всього персоналу	3236	2660

Завдання 2 (діагностичне). Розрахувати планові показники обсягу виробництва і реалізації продукції за наступними даними (табл. 2).

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунків

Показники	Період 1	Період 2	Період 3	Період 4	Період 5
Обсяг реалізації, шт	1000	1250	1300	1450	1550
Запаси готової продукції на початок, шт	25	30	30	35	40
Запаси готової продукції на кінець, шт	30	30	35	40	45
Ціна без ПДВ	20	30	40	55	75

Завдання 3 (евристичне). Протягом звітнього періоду товариство досягло наступних фінансово-економічних показників, тис. грн.: прямі матеріальні витрати - 22400; прямі витрати на оплату праці - 4800; відрахування на соціальні заходи - 3064; амортизація ОЗ - 980; витрати з виплати відсотків - 800; чистий дохід від реалізації продукції - 84000; середньорічні нормовані оборотні кошти - 680; витрати на втрати від неопераційних курсових різниць - 320; доходи від продажу приміщення офісу - 28000; середньорічна вартість ОЗ - 45400, адміністративні витрати - 843, витрати на збут - 653. Визначити валовий, операційний та чистий прибуток, а також рентабельність виробництва.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Положення про екзаменаційну комісію у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» [Електронний ресурс] / За ред. проф., д.т.н. Є.І. Сокола. – Х. : НТУ «ХПІ», 2017. - Режим доступу : public.kpi.kharkov.ua/wpcontent/.../POLOZHENNYA_pro_ekzamen_komisiyu.pdf.
2. Гаврись О. М. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / П. Г. Перерва, В. М. Тимофєєв, М. І. Погорелов, О. М. Гаврись, М. І. Ларка, О. І. Маслак, С. М.
3. Погорелов, Р. Б. Шишка; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х., 2004. - 639 с.
4. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. Гой, Т. Смелянська ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Хмельницький нац. ун-т. - К. : Центр учбової літератури, 2013. - 367 с.
5. Донець Л. І. Основи підприємництва : Навч. посіб. / Любов Донець, Надія Романенко ; М-во освіти і науки України, Дон ДУЕТ ім. М. Туган-Барановського. - К. : Центр навчальної літератури, 2006. -315 с.
6. Державна політика розвитку підприємництва в Україні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / З. С. Варналій [та ін.]; ред. К. О. Ващенко ; Міжрегіональна акад. упр. персоналом. - К. : Персонал, 2010. - 305 с.
7. Сударкіна С. П. Економіка підприємства : навч.-метод. посіб. для студ. ден. та заоч. форми навчання / С. П. Сударкіна, О. О. Гаврись ; Нац. техн. ун-т "Харк. політехн. ін-т". - Х. : Підруч. НТУ "ХПІ", 2012. - 99 с.
8. Гаврись О. М. Удосконалення економічної оцінки енергозаощадження : монографія. – Х. : «Цифрова типографія №1», 2012. – 175 с.
9. Тирпак І. В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посібник / І. Тирпак, В.Тирпак, С. Жуков ; М-во освіти і науки України, Ужгородський нац. ун-т, Мукачівський держ. ун-т. - К. : Кондор, 2011. - 283 с.
10. Цигилик І.І. Основи підприємництва : Навч. посіб. / І.І. Цигилик, Т. М. Паневник, З. М. Криховецька ; Мін-во освіти і науки України, Ін-т менеджменту та економіки "Галицька академія". - К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 239 с.
11. Шваб Л. І. Основи підприємництва : Навч. посібник / Л. Шваб. - К. : Каравела, 2006. - 343 с.

**КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ,
СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ
ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ**

Рейтингова оцінка, бали	Оцінка ECTS та її визначення	Національна оцінка	Критерії оцінювання	
			позитивні	негативні
90–100	A	Відмінно	<ul style="list-style-type: none"> – глибоке знання навчального матеріалу, що міститься в літературних джерелах; – вміння аналізувати явища, які вивчаються, в їхньому взаємозв'язку і розвитку; – вміння проводити теоретичні розрахунки; – відповіді на запитання чіткі, лаконічні, логічно-послідовні; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання можуть містити незначні неточності
82–89	B	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – глибокий рівень знань в обсязі обов'язкового матеріалу; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати складні практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – відповіді на запитання містять певні неточності
75–81	C	Добре	<ul style="list-style-type: none"> – міцні знання матеріалу, що вивчається, та його практичного застосування; – вміння давати аргументовані відповіді на запитання і проводити теоретичні розрахунки; – вміння розв'язувати практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння використовувати теоретичні знання для розв'язування складних практичних задач
64–74	D	Задовільно	<ul style="list-style-type: none"> – знання основних фундаментальних положень матеріалу, що вивчається, та їх практичного застосування; – вміння розв'язувати прості практичні задачі 	<ul style="list-style-type: none"> – невміння давати аргументовані відповіді на запитання; – невміння аналізувати викладений матеріал і виконувати розрахунки; – невміння розв'язувати складні практичні задачі

60–63	E	Задовільно	– знання основних фундаментальних положень матеріалу, – вміння розв'язувати найпростіші практичні задачі	– незнання окремих (непринципових) питань з матеріалу; – невміння послідовно і аргументовано висловлювати думку; – невміння застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач
35–59	FX	Незадовільно	–	– незнання основних фундаментальних положень навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – невміння розв'язувати прості практичні задачі
1-34 (на комісії)	F	Незадовільно	–	– повна відсутність знань значної частини навчального матеріалу; – істотні помилки у відповідях на запитання; – незнання основних фундаментальних положень; – невміння орієнтуватися під час розв'язання простих практичних задач

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко

«ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ»

Анотація

Фахове випробування передбачає висвітлення знань з циклу фундаментальних та загальноекономічних дисциплін, що дозволяє оцінити гуманітарний світогляд вступника, а також визначити рівень інтелектуального потенціалу абітурієнта.

Абітурієнти повинні вміти:

- продемонструвати знання та уміння на рівні, що забезпечують можливість аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, генерувати оригінальні ідеї у сфері менеджменту;
- інтегрувати знання, вирішувати складні завдання в умовах неповної інформації з урахуванням соціальної та етичної відповідальності за прийняті управлінські рішення;
- володіти методами проведення економічного аналізу і можуть давати науково обґрунтовану інтерпретацію отриманим результатам у сфері менеджменту;
- чітко, аргументовано доводити до аудиторії фахівців наукову інформацію та свої висновки у сфері менеджменту;
- застосовувати свої знання і володіти компетенціями, які дозволяють вирішувати завдання у новому, широкому (міждисциплінарному) контексті у відповідній галузі знань;
- володіти методологічними знаннями, уміти аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, що стосуються проблеми, уміти генерувати та оптимізувати нові рішення;
- оцінювати вплив рішень, що приймаються, на навколишнє середовище і соціум, мати професійну й етичну відповідальність за сталий розвиток суспільства;
- мати здатності роботи в міждисциплінарних командах, уміння адаптуватися до змін, сприяти соціальній згуртованості;
- мати здатності взаємодії і посередництва, розвинену міжкультурну толерантність і досвід міжкультурної взаємодії у сфері менеджменту;
- мати відповідний рівень усної та письмової грамотності рідною, і принаймні, однією іноземною мовою, уміти ефективно спілкуватися з колегами, представляти результати своєї роботи у вигляді звітів, статей, рефератів, використовуючи сучасні засоби презентації;
- мати підприємницький спосіб мислення і діяльності;
- вибрати необхідні методи дослідження і модифікувати існуючі, виходячи із задач конкретного дослідження; обробляти отримані результати, аналізувати і осмислювати їх з урахуванням сучасного наукового досвіду у сфері менеджменту;
- володіти цінностями, необхідними для того, щоб жити в умовах демократичного суспільства, бути його відповідальним громадянином, мати необхідні соціальні компетенції.

Порядок проведення фахових вступних випробувань визначається Положенням про приймальну комісію НТУ «ХП» та Положенням про предметні екзаменаційні та фахові атестаційні комісії з проведення вступних випробувань.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Модуль I ОСНОВИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1 Концепція комерційної діяльності: принципи та сутність. Організація управління комерційною діяльністю. Закономірності формування організаційних структур управління комерційною діяльністю. Організаційні форми промислового підприємства та його об'єднань. Суть і зміст комерційної діяльності. Чинники, що впливають на розвиток комерційної діяльності. Поняття суб'єкта комерційної діяльності. Види суб'єктів комерційної діяльності.

Тема 2 Структура комерційних служб підприємств та їх основні функції. Основні елементи організації комерційної діяльності. Організаційні структури комерційних служб підприємства та координація їх діяльності. Основні аспекти формування організаційної структури комерційних служб. Технічні та економічні фактори, що впливають на організаційну структуру комерційних служб. Організаційна структура відділів збуту, маркетингу та матеріально-технічного забезпечення.

Тема 3. Планування матеріального забезпечення підприємства. Розробка плану постачання промислового підприємства, баланс матеріально-технічного забезпечення. Вивчення ринку та розробка стратегії забезпечення підприємства сировиною та матеріалами. Прямі та непрямі методи вивчення ринку сировини і матеріалів.

Тема 4. Організація господарських зв'язків та вибір потенціального постачальника. Розробка плану закупівель матеріальних ресурсів. Методи встановлення потреби в матеріальних ресурсах. Заготівельна політика, функціональні можливості матеріалу, вартісний аналіз. Ліміт відпуски матеріалу, норми та нормативи витрати матеріальних ресурсів. Критерії вибору постачальника. Ціна матеріальних ресурсів. Основні форми розрахунків при закупівлі матеріальних ресурсів.

Тема 5. Комерційна діяльність по збуту продукції підприємства. Форми і порядок розрахунків підприємств зі своїми контрагентами. Платіжні доручення. Сегментування ринку. Розробка каналів збуту та пошукпотенціальних клієнтів. Планування збуту продукції.

Тема 6. Організаційні форми комерційно-посередньої діяльності. Посередницька діяльність юридичних осіб. Необхідні умови посередницької діяльності. Науково-інформативні ресурси та прибутковість комерційно-посередньої діяльності.

Тема 7. Основні принципи й зміст стратегічного планування торгівельно-посередньої фірми. Внутрішньофірмове планування. Система довгострокового планування. Основні принципи та етапи стратегічного формування

комерційнопосередньої діяльності. Основні завдання оптово-посередницької фірми на перспективу. Диверсифікація напрямків посередницької діяльності підприємства. Оперативний бізнес-план. Ціноутворення у здобутої діяльності. Ризики комерційної діяльності.

Тема 8. Роль посередників в зовнішньоекономічній діяльності підприємства. Маркетингова діяльність. Міжнародні комерційні операції. Суб'єкти та об'єкти міжнародних комерційних операцій. Основні та забезпечуючі міжнародні комерційні операції.

Тема 9. Лізингові операції як різноманітність орендних відносин. Основні види і форми оренди. Особливості міжнародної оренди. Лізинг. Суб'єкти лізингових операцій. Основні форми та види міжнародної оренди.

Тема 10. Основні показники ефективного розвитку комерційної діяльності торговельно-посередницького підприємства. Прибуток підприємства. Ефективність комерційної діяльності. Формування кінцевих результатів і ефективності комерційної діяльності. Економічний ефект. Соціальний ефект. Локальний ефект. Народногосподарський ефект. Критерії та показники ефективності комерційної діяльності. Чистий прибуток. Доходи та витрати. Рентабельність діяльності. Показники ефективності використання основних засобів й товарних ресурсів.

Модуль II

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Сутність підприємництва. Основні види підприємницької діяльності. Поняття підприємницької діяльності. Суб'єкти підприємницької діяльності. Законодавче врегулювання ведення бізнесу. Підприємництво як особлива економічна категорія, функції та принципи підприємницької діяльності. Внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Роль та функції підприємця. Якість підприємця. Фізичні та юридичні особи, їх відмінність та особливості функціонування. Великий, середній і малий бізнес. Поняття комерційної і некомерційної організації. Роль некомерційної організації в бізнесі.

Тема 2. Підприємницькі ідеї і методи їх реалізації. Поняття підприємницької ідеї, її зміст. Джерела формування нових ідей. Сфера і технологія підприємницьких рішень. Економічні методи підприємницьких рішень.

Тема 3. Реєстрація підприємств різних форм власності. Види підприємств в Україні. Особливості створення підприємств різних форм власності. Вимоги до статутного фонду. Порядок реєстрації підприємств в Україні. Установчі та реєстраційні документи. Резервування найменування підприємства. Вимоги до складу засновників у різних організаційних формах підприємств. Вартість реєстрації юридичних та фізичних осіб. Особливості реєстрації акціонерних товариств, товариства з обмеженою відповідальністю, приватних підприємств, командитних товариств тощо. Внесення змін до установчих документів.

Тема 4. Ліцензування та патентування діяльності Поняття ліцензії та ліцензування. Види діяльності, що підлягають ліцензуванню. Законодавче врегулювання ліцензування. Порядок отримання ліцензії. Вартість ліцензій по різних видах економічної діяльності. Поняття патентування. Особливості та порядок придбання патенту у видавничій сфері. Продовження патенту та порядок його скасування. Короткотерміновий патент. Вартість патентів по видах діяльності.

Тема 5. Порядок ліквідації підприємства та призупинення діяльності Ліквідація підприємств та призупинення діяльності. Порядок ліквідації підприємств: за вимогами засновників, за рішенням суду. Вартість ліквідації підприємств. Банкрутство та санація. Відносини з контролюючими та наглядовими органами під час ліквідації.

Тема 6. Джерела фінансування підприємницької діяльності Власні, позикові та залучені джерела фінансування підприємницької діяльності. Кредитування підприємств різних форм власності. Види кредитів. Банківське кредитування. Принципи та умови кредитування. Вимоги до документів, необхідних для отримання кредиту. Вартість залучених та запозичених коштів. Особливості забезпечення. Фінансування бізнесу за рахунок власних коштів. Лізинг обладнання як альтернатива кредиту. Венчурне фінансування: сутність, особливості та можливість отримання.

Модуль III

ІНШІ АСПЕКТИ ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 1. Оподаткування, облік та звітність на підприємствах Загальна та спрощена система оподаткування, обліку та звітності підприємницької діяльності. Особливості для юридичних осіб різних форм власності та фізичних осіб. Єдиний податок для юридичних та фізичних осіб. Порядок та форми ведення обліку на підприємствах. Види податків. Податкові пільги в різних сферах діяльності. Штрафні санкції.

Тема 2. Контролюючі та наглядові органи Контролюючі органи. Наглядові органи. Взаємовідносини з податковою адміністрацією, фондами. Санітарно-епідеміологічний контроль. Екологічний нагляд. Проведення перевірок. Силові структури, органи влади та місцевого самоврядування, їх повноваження.

Тема 3. Ризики ведення бізнесу Види ризиків. Види і особливості економічних, політичних, комерційних, інвестиційних і виробничих ризиків. Способи зменшення ризиків для бізнесу. Роль і види страхування. Франчайзинг і лізинг як способи зниження ризиків.

Тема 4. Захист бізнесу та підприємницька таємниця Внутрішні і зовнішні шахрайства. Внутрішні та зовнішні забезпечення безпеки бізнесу. Боротьба недобросовісною конкуренцією. Закони безпеки. Організація системи безпеки. Поняття підприємницької таємниці. Предмет та об'єкти комерційної таємниці. Законодавче врегулювання. Урахування в договірних відносинах. Порядок її розголошення та нагляд за дотриманням. Відповідальність за розголошення таємниці.

Тема 5. Реклама в підприємницькій діяльності Значення реклами у підприємницькій діяльності. Взаємозв'язок розвитку підприємницької діяльності та рекламної компанії підприємства. Цільова направленість рекламної компанії. Недобросовісна конкуренція.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Алексеєнко Л.М. Менеджмент персоналу [Текст] : навч. посіб. для самост. вивч. дисциплін студ. вищ. навч. закл. / [Л. М. Алексеєнко та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. Я. Брича ; Терноп. нац. екон. ун-т. – Т. : ТНЕУ, 2012. - 519 с.
2. Антошкіна Л.І., Фролова Г.І. Операційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Л. І. Антошкіна, Г. І. Фролова ; Бердян. ун-т менеджменту і бізнесу. – Донецьк : Юго-Восток, 2011. - 519 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах ринкової економіки [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. - 237 с. : табл., рис. - (Школа маркетингового менеджменту). - Бібліогр.: с. 227-237. - 500 экз. - ISBN 978-966-385-161-7
4. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. - 2-ге вид., випр. і доп. – К. : ЦНЛ, 2005. – 532 с.
5. Горбань Г.О. Прийняття управлінських рішень у соціальних системах: соціально-психологічний аспект [Текст] : монографія / Г. О. Горбань. Запоріжжя : Класич. приват. ун-т, 2012. – 347 с.
6. Горбонос Ф.В. Економіка підприємства [Текст] : підручник для студ. вищих навч. закладів / Ф. В. Горбонос [и др.]. – К. : Знання, 2010. – 463 с.
7. Гуменюк В.Я. Менеджмент продуктивності [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навчаються за освітньо-проф. прогр. спеціаліста, магістра зі спец. "Управління персоналом і економіка праці" / В. Я. Гуменюк, І. А. Роцик ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2010. - 203 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 192-195. - 120 экз. - ISBN 978-966-327-144-6
8. Довбенко В.І. Потенціал і розвиток підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. баз. напряму "Економіка і підприємництво" / В. І. Довбенко, В. М. Мельник ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Л. : Вид-во Нац. ун-ту "Львів. політехніка", 2010. - 232 с. : рис., табл. - Бібліогр. у кінці розд. - 300 экз. - ISBN 978-966-553-927-8
9. Експертиза товарів [Текст] : тестові та ситуац. завдання для студ. напряму "Товарознавство та торговельне підприємництво" ден. та заоч. форм навч. / Укоопспілка, Львів. комерц. акад. ; уклад.: Ємченко І. В. [та ін.]. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2010. - 159 с. : табл. - Бібліогр.: с. 151-158. - 200 экз.
10. Єлетов О.С. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посіб.: для студ. вищ. навч. закл. / О. С. Телетов. – К. : Знання України, 2010. - 299 с.

11.Зінь Е.А. Основи менеджменту [Текст] : навч. посіб. для студ. напряму 6.070101 "Транспортні технології" / Е. А. Зінь, В. С. Сорока, З. О. Толчанова ; Нац. ун-т вод. госп-ва та природокористування. - Рівне : НУВГП, 2010. - 312 с. : рис. - Бібліогр.: с. 306-309. - 100 экз.

12.Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. М. Ілляшенко. - Суми : Університетська книга, 2010. - 333 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 308-312. - 500 экз. - ISBN 978-966-680-504-4

13.Кайлюк Є.М. Стратегічний менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студ. спец. 7.050201- "Менеджмент організацій" / Є. М. Кайлюк, В. М. Андрєєва, В. В.

13.Гриненко ; Харків. нац. акад. міс. госп-ва. - Х. : ХНАМГ, 2010. - 279 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 270-278. - 500 экз. - ISBN 978-966-695-176-5

14.Колот В.М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура [Текст] : навч. посіб. / В. М. Колот, І. М. Репіна, О. В. Щербина ; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". - Вид. 2-ге, перероб. та допов. - К. : КНЕУ, 2009. - 444 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 437-441. - 1300 экз. - ISBN 978-966-483-253-0

15.Комерційна діяльність: підручник / В.В. Алопій, С.Г. Бабенко, Я.А. Гончарук та ін. – Вид. 2-е. – К.: Знання, 2008. – 558 с.

16.Копич І.М. Математичні моделі в менеджменті та маркетингу [Текст] : навч. посіб. / Копич І. М., Сороківський В. М., Стефаняк В. І. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2010. - 268 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 261-267. - 500 экз. - ISBN 978-966-1537-67-4

17.Кузьмін О.Є. Теорія і практика бюджетування зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. напрямів підготов. 030601 "Менеджмент" (галузь знань "Менеджмент і адміністрування") і 030503 "Міжнародна економіка" (галузь знань "Економіка і підприємництво") / Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. - Л. : Растр-7, 2010. - 320 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 243-254. - 500 экз. - ISBN 978-966-2004-33-5

18.Ланченко Є.О. Економіка праці і соціально-трудова відносини [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навч. за освітньо-проф. прогр. бакалавра галузі знань "Економіка і підприємництво" / Є. О. Ланченко, М. М. Тимошенко. - Житомир : Полісся, 2010. - 280 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 239-243. - 1000 экз. - ISBN 978-966-655-517-8

19.Лепейко Т.І. Менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Лепейко Т. І., Миронова О. М. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. - 204 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 195-200. - 400 экз. - ISBN 978-966-676-384-9

20.Масленнікова О.Ю. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. для самост. роботи студ. (галузь знань 0305 "Економіка та підприємництво", напрям підготов. 6.030510 "Товарознавство і торговельне підприємництво") / Масленніков О. Ю. ; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. - Л. : Вид-во Львів. комерц. акад., 2010. - 152 с. : табл. - Бібліогр.: с. 139-148. - 500 экз. - ISBN 978-966-1537-61-2

21.Основи бізнесу та менеджменту [Текст] : глосарій екон. термінів / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; за заг. ред. проф. Ганіна В. І. ; уклад.: В. І. Ганін [та ін.]. - Х. : С.А.М., 2010. - 200 с. - 300 экз. - ISBN 978-966-8591-32-7

22. Підприємництво в будівництві [Текст] : моногр. / авт. кол.: Дорофійенко В. В. [та ін.] ; підзаг. ред. д-ра екон. наук, проф. Дорофійенка В. В. ; Донбас. нац. акад. будва і архіт. - Донецьк : СПД Купріянов В. С., 2009. - 603 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 587-594. - 300 экз. - ISBN 978-966-2991-33-8

23. Підприємництво України на шляху євроінтеграції [Текст] : матеріали наук.-практ. конф. Одес. ін-ту МАУП, 27 листопада 2008 / МАУП, Одес. ін-т ; ред. кол.: др филос., проф. МКА Ведернікова, С. В. [та ін.]. - О. : Студія "Негоціант", 2009. - 240 с. - 100 экз. - ISBN 978-966-691-258-2

Допоміжна

1. Абрамов Л.К. Цільові програми та механізми по забезпеченню прозорості у процесі їх реалізації [Текст] : [навч. посіб.] / Абрамов Л. К., Азарова Т. В. ; Ін-т соціокульт. менедж. - Кіровоград : ІСКМ, 2010. - 100 с. : табл. - Бібліогр.: с. 78-79. - 500 экз. - ISBN 978-966-2466-00-3

2. Ангелова В.М. Навчальний посібник з дисципліни «Податковий менеджмент» [Текст] / В. М. Ангелова, О. М. Крамаренко ; Нац. ун-т кораблебуд. ім. адмірала Макарова. - Миколаїв : НУК, 2010. - 82 с. - Бібліогр.: с. 79-80. - 100 экз.

3. Жарова Л.В. Екологічне підприємництво та екологізація підприємництва: теорія, організація, управління [Текст] : монографія / Л. В. Жарова, Є. Ю. Какутич, Є. В. Хлобистов ; за ред. акад. НАН України Б. М. Данилишина ; Рада по вивч. продукт. сил України НАН України, НДІ сталого розвитку та природокористування. - Суми : Університетська книга, 2009. - 240 с. : рис. - Бібліогр.: с. 224-239. - 300 экз. - ISBN 978-966-680-493-1

4. Колеснікова К. В., Бондар В. І. Управління проектами [Текст] : практикум / Колеснікова К. В., Бондар В. І. ; Одес. нац. політехн. ун-т. - О. : Елтон, 2013. - 119 с. : табл., рис. - Бібліогр.: с. 111-112. - 300 экз. - ISBN 978-966-2430-35-6

5. Краснова В. В. Фінансовий менеджмент [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ, які навч. за освіт.-проф. програмою магістра за спец. "Економіка підприємства" / [В. В. Краснова та ін. ; за заг. ред. В. В. Краснової] ; Донец. нац. ун-т, Екон. ф-т. - Донецьк : ДонНУ, 2013. - 469 с. : рис., табл. - Бібліогр.: с. 455-462. 6. Кузьмін О. Є. Економіка інноваційного підприємства [Текст] : навч. посіб. для студ. Ін-ту економіки і менедж. спец. 8.180100 "Управління інноваційною діяльністю" / О. Є. Кузьмін [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка", Ін-т економіки і менедж., Каф. менедж. і міжнар. підприємництва. - 2-ге вид., допов. і переробл. - Л. : Міські інформаційні системи, 2011. - 390 с. : табл. - Бібліогр.: с. 374-389. - 300 экз. - ISBN 978-966-1577-11-3

7. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Основи підприємництва та міжнародна підприємницька діяльність» [Текст] : за вимогами Європ. кредит.-трансфер. системи (ECTS) / Мазнев Г. Є., Лагода Т. О., Піпіна Т. Є., Островерх О. В. ; Харк. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка, Навч.-наук. ін-т бізнесу і 15 менедж. - Х. : Міськдрук, 2010. - 118 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ, І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕННОСТІ ВСТУПНИКІВ

Організація вступного випробовування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію НТУ «ХП». До участі у вступних випробуваннях допускаються кандидати, які дотрималися усіх норм і правил, передбачених чинним законодавством, зокрема «Правил прийому» до НТУ «ХП».

Для проведення тестування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробовування ухвалюється рішенням приймальної комісії. Для проведення вступного випробовування приймальною комісією попередньо готуються білети відповідно до «Програми фахового вступного випробування». Програма фахового вступного випробування оприлюднюється засобами наочної інформації на інформаційних стендах приймальної комісії.

Вступне випробування проводиться у строки передбачені Правилами прийому до НТУ «ХП».

На вступне випробовування вступник з'являється з паспортом.

Абітурієнту необхідно для кожного завдання знайти правильну відповідь, яка відповідає номеру цього завдання. Кожне завдання передбачає один правильний варіант відповіді. На виконання тестового завдання відводиться 2 академічні години (90 хвилин).

За результатами вступних випробувань проводиться оцінка рівня фахових знань за наступними критеріями.

Критерії оцінки вступного випробовування знань абітурієнта при тестуванні здійснюється за 100-бальною шкалою з подальшим переведенням у критерії ECTS (табл. 1).

Оцінювання знань абітурієнтів проводиться за 100-бальною шкалою. При цьому використовуються такі критерії:

90-100 (відмінно)	абітурієнт дав правильну, вичерпну відповідь на поставлене питання, продемонстрував глибокі знання понятійного апарату і літературних джерел, уміння аргументувати своє ставлення до відповідних категорій, залежностей, явищ.
82-89 (дуже добре)	абітурієнт загалом відповів на поставлене запитання, але не спромігся переконливо аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату, припустив несуттєву помилку і відповіді.
74-81 (добре)	абітурієнт отримує за правильну відповідь з двома-трьома суттєвими помилками.
64-73 (задовільно - непогано)	абітурієнт дав неповну відповідь на запитання, ухилився від аргументації, показав задовільні знання літературних джерел.
60-63 (задовільно достатньо)	абітурієнт має неповне знання програмного матеріалу, але отримані знання відповідають мінімальним критеріям оцінювання.

0-59 (незадовільно)	абітурієнт дав неправильну відповідь, показав незадовільні знання понятійного апарату і спеціальної літератури, ухилився від аргументації або взагалі не відповів.
------------------------	--

До суми отриманих за перевірку балів додається 100 балів, що становить підсумкову оцінку роботи.

Схвалено на засіданні вченої ради інституту.

Протокол № 3 від 26 березня 2019 р.

Голова вченої ради інституту

О. В. Манойленко