

ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ЄВРОПЕЙСЬКА ШКОЛА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. ректора



проф. О. С. Падалка

2021 р.

ПРОГРАМА
вступного випробування з фаху
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальністю 075 «Маркетинг» на базі освітньо-кваліфікаційного
рівня «Молодший спеціаліст» (скорочений термін навчання)

Київ 2021

Затверджено на засіданні вченої ради
НПІ «Європейська школа бізнесу»
протокол № 5 від «24 05» 2021 року

Затверджено Приймальною комісією
ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ
УНІВЕРСИТЕТ»
протокол № 5 від «25 05» 2021 року

Рецензент: Наволокіна А.С., к. е. н., доц., проректор з науково-педагогічної
роботи та міжнародних зв'язків ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ
УНІВЕРСИТЕТ»

ЗМІСТ

Загальні положення	4
Розділ 1. Основи економічної теорії	5
Підсумкові питання курсу	9
Навчально-методичні матеріали до дисципліни	10
Розділ 2. Економіка підприємства	12
Підсумкові питання курсу	18
Навчально-методичні матеріали до дисципліни	19
Розділ 3. Маркетинг	23
Підсумкові питання курсу	26
Навчально-методичні матеріали до дисципліни	28
Розділ 4. Менеджмент	31
Підсумкові питання курсу	34
Навчально-методичні матеріали до дисципліни	35
Структура екзаменаційного завдання	38
Критерії оцінювання знань абітурієнтів	42

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Організація та проведення вступних випробувань відбувається у порядку визначеному у Положенні про приймальну комісію ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ».

Мета іспиту – виявити рівень економічних знань студентів, передбачає визначення рівня знань, умінь і навичок, які одержано абитурієнтами.

Вимоги до здібностей та рівня підготовленості абитурієнтів. Успішне засвоєння навчальної програми освітнього рівня бакалавр за спеціальністю 075 «Маркетинг» потребує від молодших спеціалістів здібностей до оволодіння теоретичних знань і практичних навичок у сфері соціально-економічних та професійно-орієнтованих дисциплін.

Характеристика змісту програми. Програма вступного випробування з фаху охоплює питання, які підтверджують наявність знань і умінь абитурієнта для продовження навчання з метою отримання освітнього ступеня «бакалавр» зі спеціальності 075 «Маркетинг». Програму складено на підставі дисциплін циклу професійної підготовки молодшого спеціаліста з маркетингу, передбачених освітньо-професійною програмою підготовки спеціальності 075 «Маркетинг». Програма передбачає певні знання із циклу дисциплін:

- основи економічної теорії;
- економіка підприємства;
- маркетинг;
- менеджмент.

У кожному модулі інтегруються матеріали певного функціонального спрямування з різних дисциплін. При цьому органічно поєднуються теоретичні питання та матеріали практичного характеру, що дає можливість виявити знання й уміння використовувати методи обґрунтування і розрахунків.

Форма проведення вступного випробування з фаху для молодших спеціалістів – тестування. Тестування за фахом проводиться у письмовій формі. Тестове завдання складається з 25 теоретичних завдань. Варіант завдання визначається у початку тестування в процесі жеребкування.

При складанні тестування абитурієнту забороняється користуватися підручниками, довідниками.

**Програма вступного випробування з фаху для здобуття першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»
на базі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»**

РОЗДІЛ 1. ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Тема 1.1. Предмет і метод економічної теорії

Зародження економіко-теоретичних знань. Становлення й основні етапи розвитку економічної теорії як науки. Сучасні напрями, школи і течії економічної теорії. Розвиток економічної думки в Україні.

Предмет економічної теорії.

Економічні категорії та закони. Загальні та специфічні економічні закони.

Функції економічної теорії: теоретико-пізнавальна (евристична), методологічна, практична, прогностична, виховна. Економічна теорія як теоретико-методологічна основа інших економічних наук.

Місце економічної теорії в системі економічних наук. Економічна теорія та економічна політика. Економічна теорія як основа економічної політики. Основні напрями, пріоритети, методи, інструменти економічної політики.

Тема 1.2. Економічна система суспільства

Економічні потреби суспільства, їх суть та структура. Піраміда Маслоу. Поняття безмежності потреб. Закон зростання потреб та механізм його дії. Проблеми використання закону зростання потреб у процесі виробництва матеріальних благ. Економічні блага.

Економічний закон зростання потреб. Проблема вибору як наслідок суперечності між безмежністю потреб та обмеженістю ресурсів.

Економічні інтереси. Суб'єкти та об'єкти економічних інтересів. Класифікація економічних інтересів.

Економічна система, її сутність та ознаки. Основні структурні елементи економічної системи.

Типи економічних систем. Традиційна економічна система. Ринкова економічна система. Планова економічна система. Змішана економічна система. Криза та розпад командно-адміністративної системи і необхідність переходу економіки постсоціалістичних країн до ринкових відносин. Концепції різноманітності форм переходу різних країн до ринкової економіки.

Тема 1.3. Виробництво, його сутність та роль у житті суспільства

Виробництво як визначальний фактор потреб суспільства та їх розвитку. Зміст і структура суспільного виробництва. Матеріальне та нематеріальне виробництво, їх сутність і взаємозв'язок.

Ресурси виробництва та їх види. Використання економічних ресурсів. Абсолютна та відносна обмеженість (рідкісність) ресурсів. Межа економічних можливостей.

Економічний вибір. Крива виробничих можливостей. Основні фактори виробництва та їх взаємозв'язок. Ефективність виробництва, її бутність, економічні та соціальні показники.

Форми організації суспільного виробництва: натуральне і товарне. Еволюція товарного виробництва. Товарне виробництво, умови та причини його виникнення. Проста і розвинена форми товарного виробництва, їх спільні риси та відмінності. Товарне виробництво як основа ринкової економіки та його роль в економічному розвитку суспільства.

Тема 1.4. Теорія товару і грошей

Товар і його властивості. Вартість. Мінова вартість. Споживна вартість та її показники. Теорії вартості: трудова, маржиналістська і неокласична. Розвиток товару і товарного виробництва за сучасних умов.

Теоретичні концепції виникнення та сутність грошей. Функції грошей. Історичний підхід у розгляді функцій грошей. Види грошей: паперові, металеві, кредитні, безготівкові, електронні. Обіг готівкових та безготівкових грошей. Сучасні зміни в грошовому обігу. Закон грошового обігу.

Інфляція, її суть і причини. Темпи інфляції. Види інфляції. Соціально-економічні наслідки інфляції.

Тема 1.5. Теоретичні основи ринкової економіки та її основні елементи

Теоретичні засади становлення ринкових відносин. Об'єктивні передумови виникнення ринку. Поняття ринок. Риси, структура та функції ринку. Види ринків. Критерії класифікації ринків та їх структура. Характерні ознаки сучасного ринку.

Об'єктивна зумовленість та сутність ринкової інфраструктури. Основні суб'єкти ринкової економіки.

Сутність попиту і фактори, що його визначають. Закон попиту.

Пропозиція: зміст і фактори, що на неї впливають. Закон пропозиції. Крива пропозиції та її властивості. Зв'язок між пропозицією і ціною. Нецінові фактори зміни пропозиції. Зміщення кривої пропозиції під впливом дії нецінових факторів.

Ринкова рівновага. Утворення рівноважної ціни та рівноважного обсягу виробництва. Фактори, які впливають на зміну ринкової рівноваги.

Сутність ціни. Механізм формування і функції ціни. Види цін. Концепція ціноутворення по Маршалу.

Сутність конкуренції. Місце конкуренції в ринковій економіці. Форми конкуренції. Типи конкурентної поведінки. Функції конкуренції.

Монополія та типи монополізації. Види монополій. Монопольна влада. Критерії та межі монополізації економіки. Олігополістичний ринок. Суть олігополії. Олігополія і конкуренція. Олігополія та економічна ефективність.

Антимонопольна політика і антимонопольне законодавство. Світовий досвід створення антимонопольного законодавства. Проведення антимонопольної практики. Антимонопольна політика в Україні.

Тема 1.6. Підприємство та підприємництво в ринковій економіці

Підприємство як суб'єкт економічної системи. Організаційно-правові форми підприємств. Соціально-економічна характеристика підприємств. Функції підприємства. Організація процесу виробництва. Обмеженість ресурсів та шляхи її подолання.

Продукція підприємств та її економічні форми. Суть підприємництва та умови його існування. Види та суб'єкти підприємницької діяльності. Форми підприємництва. Підприємництво і бізнес. Перспективи розвитку підприємництва в Україні. Проблема банкрутства підприємств. Законодавство про банкрутство.

Тема 1.7. Капітал підприємства, його кругообіг та обіг

Сутність капіталу, його матеріально-речовий зміст та соціально-економічна форма. Капітал як фактор виробництва. Структура капіталу та його обіг. Кругообіг капіталу. Промисловий капітал. Стадії кругообігу і функціональні форми промислового капіталу. Основний капітал. Фізичне та моральне зношення основного капіталу. Механізм відтворення основного капіталу. Амортизація. Норма амортизації. Амортизаційний фонд як одне з джерел відтворення основного капіталу. Обіговий капітал. Час і швидкість обігу. Фактори, що впливають на швидкість обігу. Оборотні засоби та їх структура. Показники ефективності використання основного та обігового капіталу. Рентабельність.

Тема 1.8. Капітал сфери обігу

Сфера обігу в ринковій економіці. Виникнення сфери товарного обігу в процесі еволюції товарно-грошових відносин. Сутність, функції та місце сфери обігу у ринковій економіці. Сфера обігу як сфера функціонування торговельно-мінових та кредитних відносин, торговельного та позичкового капіталу. Торговельний капітал та його еволюція за сучасних умов. Особливості сфери функціонування торговельного капіталу та його функціональна структура. Сучасні форми торговельного підприємництва. Товарна біржа. Торгові доми. Інтернет-торгівля у сфері ринкової інфраструктури. Торговельний прибуток і його норма.

Позичковий капітал як відокремлена частина грошових функціональних форм промислового і торговельного капіталу. Сутність та джерела позичкового капіталу. Позичковий процент і його джерела. Норма позичкового процента та його динаміка. Роль процентної ставки. Кредит як форма руху позичкового капіталу. Formи кредиту. Роль і функції кредиту в сучасній ринковій економіці.

Банківська система як інфраструктурний елемент сучасної ринкової економіки. Банки, їх види та функції. Позабанківські кредитні заклади.

Акціонерно-корпоративний капітал. Цінні папери акціонерних товариств. Акції. Облігації. Казначейські зобов'язання та ощадні сертифікати. Ринок цінних паперів. Фондова біржа та її функції.

Тема 1.9. Доходи населення, їх формування та розподіл

Доходи, їх види та джерела формування. Сутність та механізм розподілу доходів. Функціональний та персональний розподіл доходів. Formи розподілу доходів за трудові результати та економічну діяльність.

Заробітна плата: сутність, форми та системи заробітної плати. Дохід від кооперативно-колективної та індивідуальної трудової діяльності. Підприємницький дохід. Доходи від власності та рентні доходи. Сімейні доходи, їх структура та використання. Заощадження як необхідний елемент у структурі сімейних доходів. Номінальні та реальні доходи. Диференціація доходів та її межі. Крива Лоренца та коефіцієнт Джині.

Соціальні аспекти економічних відносин. Рівень та якість життя населення. Прожитковий мінімум. Біdnість. Необхідність та сутність системи соціального захисту населення. Основні елементи механізму соціального захисту. Державне регулювання розподілу доходів. Роль держави у забезпеченні соціального захисту в умовах переходу до ринкової економіки.

Тема 1.10. Держава та її економічні функції

Необхідність і межі державного регулювання ринкової економіки. Держава як суб'єкт економічної системи. Теоретичні погляди на роль держави в економіці та їх еволюція. Економічні функції держави. Formи, методи та інструменти державного регулювання економіки.

Фінансова система. Суть і структура фінансової системи. Державний бюджет. Місцеві бюджети. Формування доходів і витрат державних та місцевих бюджетів.

Податки. Елементи системи оподаткування. Необхідність державного регулювання в умовах ринкової економіки. Співвідношення державного і ринкового механізмів регулювання національної економіки.

Тема 1.12. Світове господарство і міжнародні економічні відносини

Сутність та етапи становлення світового господарства. Структура, основні риси та закономірності його розвитку. Інтернаціоналізація господарського життя. Інтеграційні процеси на сучасному етапі. Основні форми міжнародних економічних відносин та види інтеграційних формувань. Міжнародна економічна інтеграція. Інтеграційні зв'язки та механізм міжнародного співробітництва. Головні інтеграційні угрупування світу.

Міжнародна торгівля та її економічні основи. Міжнародний поділ праці, його принципи і форми. Міжнародна спеціалізація і кооперація виробництва. Особливості поділу праці в сучасних умовах. Теорії міжнародної торгівлі. Основні тенденції розвитку світового ринку. Методи конкурентної боротьби на світовому ринку. Міжнародні торговельні організації.

Міжнародний рух капіталів. Міжнародний валютний фонд. Міжнародні валютно-фінансові відносини.

Міжнародна міграція робочої сили. Сутність і причини міжнародної міграції робочої сили. Основні напрями міграції. Утворення міжнародного ринку робочої сили.

Тема 1.13. Економічні аспекти глобальних проблем

Причини виникнення, сутність і класифікація глобальних проблем. Глобальні проблеми і шляхи їх розв'язання людством. Сучасні глобальні проблеми.

Паливно-енергетична та сировинна проблеми. Екологічна криза та форми її прояву. Демографічні проблеми світу та шляхи їх вирішення. Проблема та шляхи скорочення зон зубожіння, голоду і хвороб у світі. Проблеми роззброєння та мирного використання атому. Необхідність і форми міжнародного співробітництва у вирішенні глобальних проблем та розвитку світового господарства.

ПДСУМКОВІ ПИТАННЯ КУРСУ

1. Визначте предмет економічної теорії та її основні функції.
2. Охарактеризуйте основні методи пізнання економічних процесів: загальнонаукові та спеціальні методи.
3. Охарактеризуйте виробничі можливості суспільства.
4. Охарактеризуйте криву виробничих можливостей.
5. Визначте поняття економічних ресурсів, їх класифікація.
6. Охарактеризуйте виникнення та еволюція економічної науки.
7. Визначте роль економічної науки у здійсненні суспільно-економічних перетворень в Україні.
8. Охарактеризуйте основні проблеми організації економіки.
9. Охарактеризуйте функції економічної науки.
10. Визначте поняття економічної системи суспільства.
11. Охарактеризуйте основні типи економічних систем.
12. Охарактеризуйте основні чинники впливу на економічну систему та їх характеристики.
13. Охарактеризуйте поняття власності, відносини власності та право власності.
14. Охарактеризуйте ринок та централізоване планування як механізм координації між споживанням та виробництвом.
15. Зробіть порівняльний аналіз планової та ринкової моделі економіки.
16. Охарактеризуйте суспільне виробництво та його форми.
17. Охарактеризуйте поняття грошей в економіці: суть, функції.
18. Охарактеризуйте зміст, передумови формування та функції ринку.
19. Визначте сутність ринкової економіка в моделі.
20. Охарактеризуйте основних суб'єктів ринкової економіки.
21. Охарактеризуйте інститути і принципи ринкової економіки.
22. Охарактеризуйте структуру і види ринку.

23. Охарактеризуйте основні моделі ринку.
24. Охарактеризуйте переваги і недоліки ринкової економіки.
25. Охарактеризуйте поняття попиту, закону попиту.
26. Визначте основні фактори зміни попиту.
27. Визначте еластичність попиту по ціні: суть, види, розрахунок.
28. Охарактеризуйте економічний зміст пропозиції.
29. Охарактеризуйте закон пропозиції.
30. Охарактеризуйте основні фактори зміни пропозиції.
31. Охарактеризуйте силу взаємодії попиту і пропозиції.
32. Визначте наслідки державного втручання в ринковий механізм ціноутворення.
33. Охарактеризуйте загальну та граничну корисність: поняття, застосування в економічній теорії.
34. Охарактеризуйте підприємницьку діяльність як економічний ресурс.
35. Охарактеризуйте споживання, заощадження та інвестиції, їх роль в кейнсіанській моделі ринкової рівноваги.
36. Охарактеризуйте витратні моделі економічної рівноваги.
37. Охарактеризуйте поняття економічного росту.
38. Визначте циклічність як форма економічного розвитку.
39. Охарактеризуйте економічний цикл та його фази.
40. Охарактеризуйте поняття інфляції: сутність, причини, види та соціально економічні наслідки.
41. Визначте взаємозв'язок інфляції та безробіття.
42. Охарактеризуйте поняття стагфляції.
43. Визначте економічну роль держави в змішаній економічній системі: функції, форми та методи державного регулювання економіки.
44. Охарактеризуйте сутність фіscalnoї політики.
45. Охарактеризуйте основні інструменти фіiscalnoї політики: податки, державні витрати.
46. Охарактеризуйте фінансову систему держави.
47. Охарактеризуйте державний бюджет та проблеми його збалансування.
48. Охарактеризуйте структуру і основні елементи податкової системи.
49. Охарактеризуйте види податків та принципи оподаткування.
50. Охарактеризуйте банківську систему національної економіки.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 3-те вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
2. Бочан І.О. Основи економічної теорії: інституціональний підхід / І.О. Бочан. – К.: Знання, 2012. – 211 с.

3. Касьяненко Л.М. Економічна теорія: Посібник / Л.М. Касьяненко, В.В. Назаров, Л.А. Савченко, М.В. Глух. – К.: «Центр учебової літератури», 2015. – 224 с.
4. Мартин О.М. Основи економічної теорії: Посібник / О.М. Мартин, А.І. Харчук. – Львів: ЛДУ БЖД, 2014. – 308 с.
5. Семененко В.М. Економічна теорія. Політекономія: Навчальний посібник / В.М. Семененко. – К.: ЦУЛ, 2010. – 360 с.
6. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: пер. с англ. / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. М. Флинн. – М.: Инфра-М, 2013. – 1028 с.

Рекомендована література

Базова

1. Економічна теорія. Політекономія: Навчальний посібник / В.М. Семененко. – К.: ЦУЛ, 2010. – 360 с.
2. Економічна теорія: політекономія: Практикум / за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2010. – 360 с.
3. Основи економічної теорії: Підручник / за заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2010. – 448 с.
4. Рожкова Т.С. Основи економічної теорії: Курс лекцій / Т.С. Рожкова. – К.: КиМУ, 2011. – 315 с.
5. Юрій С.І. Економічна теорія: політична економія. Підручник / С.І. Юрій. – К.: Кондор, 2009. – 604 с.

Допоміжна

1. Якобчук В.П. Економічна теорія. Підручник / В.П. Якобчук. – К.: Ліра-К, 2015. – 408 с.
2. Хрустальова В.В. Економічна теорія: Опорний конспект лекцій / В.В. Хрустальова, О.В. Вертелєва. – К.: КНТЕУ, 2011. – 122 с.
3. Камінська Т.М. Основи економічної теорії: Підручник для студентів вищих навчальних закладів І-ІІІ рівнів акредитації / Т.М. Камінська. – К.: ВСВ «Медицина» 2011. – 256 с.
4. Козак Ю.Г. Основи економічної теорії: Навчальний посібник / Ю.Г. Козак, С.С. Шаповал, О.С. Кіро. – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 264 с.
5. Основи економічної теорії: Підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2008. – 448 с.
6. Основи економічної теорії у структурно-логічних схемах: Навч. пос. / за заг. Ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Право, 2010. – 144 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Державної Служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Case Україна. Періодичні видання, економічний огляд. – Режим доступу: <http://case-ukraine.com.ua>.
3. Головний економічний журнал України. – Режим доступу: <http://economist.net.ua>.
4. Європейський вибір України. – Режим доступу: <http://www.minyust.gov.ua>.
5. Сайт журнала “Вопросы экономики” – Режим доступу: <http://www.vopreco.ru>.
6. Сайт журнала “Вопросы политической экономии” – Режим доступу: <http://vopoliteco.ucoz.com>.
7. Сайт журналу “Бізнес Інформ” – Режим доступу: <http://www.business-inform.net>.
8. Сайт журналу “Проблеми економіки” – Режим доступу: <http://www.problecon.com>.
9. Сайт журналу “Економіка розвитку” – Режим доступу: <http://www.ed.ksue.edu.ua>.
10. Сайт журналу “Економічна теорія” – Режим доступу: <http://www.etet.org.ua>.
11. Сайт журнала “Теоретическая экономика” – Режим доступу: <http://theoreticaleconomy.info>.
12. Сайт журнала “Горизонты экономики” – Режим доступу: <http://www.economizdat.ru/zhurnal>.
13. Сайт журнала “Альтернативы” – Режим доступу: <http://www.alternativy.ru>.
14. Сайт журналу «Актуальні проблеми економіки» – Режим доступу: <http://eco-science.net>.
15. Офіційні видання Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://obcom.net.ua>.
16. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.
17. Офіційний сайт Національної парламентської бібліотеки України – Режим доступу: <http://nplu.org>.

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 2.1. Підприємство як суб'єкт та об'єкт ринкових відносин

Підприємство як статутний суб'єкт господарювання. Напрями його діяльності та права в галузі планування, управління ресурсами, розпорядження доходами і прибутками. Підприємство як об'єкт купівлі-продажу. Вартість майна та вартість підприємства, методи їх визначення. Елементи зовнішнього середовища функціонування підприємства: інфраструктура ринку, що обслуговує підприємство, її характеристика (торгово-посередницька, виробнича, фінансово-кредитна, науково-інформаційна та ін.). Організаційно-економічні умови функціонування підприємства. Поняття економічного суверенітету, самоокупності,

рентабельності, самофінансування. Конкурентне ринкове середовище підприємства. Поняття інтенсивності конкуренції. Методичні підходи до визначення інтенсивності конкуренції на базі ринкових часток підприємств-конкурентів. Поняття межі конкурентного ринку. Фактори, що впливають на визначення межі конкурентного ринку. Види конкурентних протиріч, визначення та класифікація конкурентів. Негативні та позитивні чинники наявності конкурентів на ринку. Конкурентна політика підприємства. Економічні обмеження створення та діяльності підприємства. Механізм державного регулювання діяльності підприємства. Пряме державне регулювання діяльності підприємства та його механізм. Економічне регулювання та його важелі. Класифікація підприємств та характеристика їх видів. Економічні особливості різних видів підприємств.

Тема 2.2. Цільові характеристики діяльності підприємства на ринку

Мета функціонування підприємства на ринку. Поняття головної цілі підприємства. Класифікація цілей та вимоги до їх формування. Стратегічні та тактичні цілі, їх характеристика та особливості реалізації. Залежність цілей господарювання від стадій життєвого циклу. Дерево цілей, його побудова та зміст. Прибуток як цільова функція діяльності підприємства на ринку. Економічні межі обсягу діяльності підприємства. Метод визначення «точки беззбитковості», «точки ліквідації», «зони збитковості та прибутковості».

Тема 2.3. Планування діяльності підприємства

Планування як процес. Його необхідність та доцільність у ринкових умовах. Принципи планування та їх характеристики. Поняття плану, класифікаційні ознаки та види планів. Система планів економічного та соціального розвитку підприємств, їх зміст. Методи планування, їх характеристики та умови раціонального застосування. Стратегічне планування, його відмінність від традиційного планування та обмеження у використанні. Поняття стратегії підприємства. Організаційно-економічні передумови обґрунтування стратегії підприємства: аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємств, визначення цілей діяльності підприємства та їх пріоритетності. Розробка варіантів стратегії. Критерії оцінки їх якості на основі наявного ресурсного забезпечення, глибини обґрунтування, ступеня важливості потенційного результату, ймовірності його досягнення. Діагностика поточної реалізації обраної стратегії: визначення ступеня реалізації стратегії; розробка варіантів її адаптації до діючих умов конкурентного середовища.

Тема 2.4. Виробнича потужність підприємства

Поняття «виробнича потужність підприємства», «виробнича потужність структурних підрозділів, окремих ланок виробництва, основного виду обладнання». Інформаційна база та послідовність розрахунку виробничої потужності підприємства. Фонд часу роботи обладнання, методика визначення корисного часу роботи обладнання. Системи та методи

визначення потужності підприємства. Специфіка розрахунку виробничої потужності у різних галузях економіки. Динамічні показники виробничої потужності: вхідна, вихідна, середньорічна виробнича потужність. Баланс виробничої потужності підприємства. Взаємозв'язок виробничої потужності та пропускної спроможності підприємства. Фактори, що впливають на ефективність використання виробничої потужності. їх класифікація і характеристика. Резерви зростання виробничої потужності підприємства.

Тема 2.5. Планування виробничої діяльності підприємства

Зміст, завдання та місце виробничої програми в системі господарських планів підприємства. Основні розділи виробничої програми. Класифікація видів продукції підприємства за ступенем готовності, характером об'єкта виробництва, особливостями використання, напрямками збуту. Методи вимірювання та показники обсягу діяльності підприємства, їх специфіка по галузях господарювання. Показники виробничої програми: товарна, валова, чиста, умовно-чиста, нормативно-чиста, реалізована продукція. Поняття внутрішньозаводського та валового обороту. Взаємозв'язок між показниками, методикою розрахунку, характером використання. Інформаційне забезпечення розробки виробничої програми. Методичні інструменти аналізу виконання виробничої програми підприємства. Фактори, що визначають обсяг виробництва продукції, та їх врахування при формуванні виробничої програми. Системи та методи планування виробничої програми підприємства. Основні фази процесу планування. Методи планування, визначення необхідного та можливого обсягів виробничої програми підприємства. Умови оптимізації обсягів випуску продукції у конкурентному середовищі. Методичні підходи до оптимізації виробництва у середовищі, критерії оптимізації. Методи і показники оптимального визначення варіантів виробничої програми. Умови забезпечення виконання виробничої програми підприємства. Управління обсягами реалізації продукції підприємства, залишками готової продукції. Оперативне виробниче планування обсягів, ритмічності виробництва та реалізації продукції.

Тема 2.6. Ресурсний потенціал підприємства

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства. Складові частини ресурсного потенціалу, їх характеристики та взаємозв'язок у процесі виробництва. Особливості ресурсного потенціалу підприємств різних галузей економіки. Взаємозв'язок окремих елементів ресурсного потенціалу підприємства. Оптимальне співвідношення ресурсів. Критерії оптимізації структури ресурсного потенціалу. Поняття ефективності використання ресурсів підприємства. Показники рентабельності та ресурсовіддачі. Проблеми вартісної оцінки трудових ресурсів підприємства. Чинники, що обумовлюють рівень ефективності використання ресурсів. Основні напрями підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.

Тема 2.7. Матеріально-технічне забезпечення підприємства

Суть та завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства. Склад матеріальних ресурсів і їх характеристика. Зміст плану матеріально-технічного забезпечення. Збалансування розміру потреби в ресурсах і джерел її забезпечення. Планування матеріально-технічного забезпечення, його взаємозв'язок з фінансовими можливостями і стратегією розвитку підприємства. Вибір раціональних видів господарських зв'язків та фактори, що їх обумовлюють. Оцінка ефективності довгострокових господарських зв'язків. Система організації постачання матеріальних ресурсів, підходи до її здійснення. Поняття комплексного матеріально-технічного постачання ресурсів, умови його застосування та економічні переваги. Поняття оптимальної партії постачання та регламенту поставки. Критерії оптимізації партії постачання та обґрутування її обсягу. Планування потреби підприємства в матеріальних ресурсах за елементами: основні матеріали, допоміжні матеріали, комплектуючі, паливо і електроенергія, інструменти, тара та інше. Норми витрат як основа визначення потреби підприємства в матеріальних ресурсах. Види норм і їх характеристика. Методи розробки норм витрат. Значення та напрямки підвищення ресурсозбереження на виробництві. Запаси матеріально-сировинних ресурсів підприємства, їх необхідність та призначення. Класифікація виробничих запасів. Показники, що характеризують виробничі запаси, та методика їх розрахунку. Нормування виробничих запасів як важливий етап управління ними. Методи нормування виробничих запасів (сировини та матеріалів, інвентарю та швидкозношуваних предметів праці, інструменту, комплектуючих та ін.). Планування потреби підприємства у виробничих запасах. Форми та методи оперативного управління виробничими запасами. Системи та методи внутрішнього контролю за запасами матеріально-сировинних ресурсів.

Тема 2.8. Основні фонди підприємства

Засоби виробництва: їх економічний зміст, характеристика складу. Засоби праці як фактор виробництва та капіталу, взаємозв'язок між ними. Особливості формування засобів праці в умовах ринкової економіки. Поняття основних фондів підприємства як елементу матеріальних ресурсів. Характеристика складу основних фондів за різними класифікаційними ознаками. Оцінка основних фондів: первісна, поновлена, залишкова вартість. Поняття ліквідаційної вартості. Фізичний та моральний знос основних фондів. Причини морального зносу та їх характеристика. Економічна природа амортизації основних фондів. Види амортизації, їх характеристика та призначення у відтворювальному процесі. Показники, що характеризують стан та рух основних фондів. Методи розрахунку середньорічної вартості основних фондів, коефіцієнти оновлення та вибуття, здатності основних фондів. Ефективність використання основних фондів: поняття та критерії оцінки. Показники, що характеризують використання основних фондів, їх зміст та методика розрахунку. Аналіз ефективності використання основних

фондів. Фактори, що обумовлюють рівень ефективності використання основних фондів та шляхи її підвищення. Відтворення основних фондів підприємства, умови та форми здійснення. Поняття капітальних вкладень та капітального будівництва. Порядок та етапи планування основних фондів. Вихідні передумови та методи планування розвитку основних фондів підприємства за видами та формами відтворення.

Тема 2.9. Трудові ресурси та стимулювання праці робітників

Трудові ресурси підприємства та їх характеристика за кваліфікаційними ознаками. Принципи формування трудових ресурсів в умовах ринкової економіки. Основні завдання управління трудовими ресурсами на підприємстві. Фактори, що впливають на формування трудових ресурсів. Продуктивність праці робітників: поняття та методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці та їх класифікація. Основні напрями підвищення продуктивності праці, та ефективності трудових ресурсів підприємства. Методи нормування витрат праці на підприємстві. Formи мотивації праці робітників. Системи оплати праці та їх характеристика. Тарифна система, її зміст, призначення та використання на підприємстві. Мінімальна заробітна плата і фактори, що її визначають. Державне регулювання мінімальної заробітної плати та її вплив на рівень ставок та окладів окремих робітників. Тарифна система, її зміст та умови використання. Поняття «гнучкого тарифу». Сутність контрактної форми оплати праці. Спеціальні контрактні форми оплати праці. Соціальні виплати та пільги як стимулюючий фактор продуктивності. Formи додаткової заробітної плати, особливості їх застосування на підприємствах з різними формами власності. Formи та системи преміювання на підприємстві. Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці підприємства. Зміст плану з праці та порядок його розробки. Планування потреб підприємства у трудових ресурсах. Штатний розклад, його призначення та порядок складання. Планування загального фонду оплати праці. Методи розрахунку фонду оплати праці.

Тема 2.10. Науково-технічний прогрес та інтенсифікація виробництва

Науково-технічний прогрес (НТП) як основа розвитку та інтенсифікації виробництва. Основні напрями науково-технічного прогресу. Автоматизація та механізація виробництва, показники оцінки їх рівня. Ефективність науково-технічного прогресу. Методика розрахунку ефективності НТП. Економічний ефект від впровадження заходів НТП. Методика визначення економічного ефекту, соціальних та економічних результатів впровадження заходів науково-технічного прогресу.

Тема 2.11. Поточні витрати підприємства та собівартість продукції

Сутність понять «витрати», «поточні витрати підприємства», «собівартість продукції, послуг та робіт». Взаємозв'язок та

взаємообумовленість ресурсів і поточних витрат підприємства. Класифікація поточних витрат підприємства за місцем виникнення витрат, функціональним призначенням, економічними елементами, способом перенесення на вартість продукції, рівнем еластичності від обсягів виробництва, ступенем однорідності, періодами, принципами організації управління. Особливості складу поточних витрат в окремих галузях економіки. Поняття управлінський, бухгалтерський, податковий облік витрат. Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення. Фактори, що впливають на формування поточних витрат підприємства, собівартість продукції та послуг, шляхи їх економії на підприємстві. Поняття та призначення центрів відповідальності за розмір витрат. Собівартість окремих видів продукції. Вибір калькуляційних одиниць. Калькулювання повних витрат на виробництво продукції та послуг. Методи калькулювання собівартості. Нормативна калькуляція як метод визначення планової собівартості продукції (послуг, робіт тощо). Порядок віднесення витрат на собівартість окремих видів продукції. Розрахунок планової калькуляції. Особливості калькулювання продукції на підприємствах окремих галузей. Управління поточними витратами за системою «стандарт-костінг», «директ-костінг», сфера застосування, можливості використання, порядок обчислення витрат при одно- та багатоступеневому розподілі маржинального (граничного) доходу. Кошторис витрат виробництва - поняття, склад. Послідовність розрахунку витрат виробництва. Собівартість товарної продукції. Методика складання зведеного кошторису витрат виробництва. Методичні інструменти аналізу поточних витрат підприємства. Фактори, що обумовлюють рівень витратомісткості продукції, робіт, послуг підприємства. Методи планування поточних витрат підприємства. Розрахунок витрат за техніко-економічними факторами. Виявлення резервів оптимізації поточних витрат підприємства. Системи та методи внутрішнього контролю за поточними витратами.

Тема 2.12. Фінансові результати діяльності підприємства

Сутність доходів підприємства, їх призначення, склад та джерела утворення. Механізм утворення доходів від звичайної діяльності, доходів від надзвичайних подій. Доходи від операційної діяльності підприємства. Формування доходів (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг, інших активів), інших операційних доходів. Фактори, що впливають на доходи від операційної діяльності. Вплив обсягів виробництва, асортиментної та цінової політики підприємства на утворення доходів від операційної діяльності. Особливості формування доходів від операційної діяльності в окремих галузях господарювання. Доходи від фінансової та інвестиційної діяльності підприємств. Доходи від участі в капіталі, доходи від участі у спільніх підприємствах та ін. Доходи від фінансових інвестицій: дивіденди, проценти по цінних паперах, доходи від надання комерційного кредиту, відсотки від розміщення тимчасово вільних коштів на депозитних вкладах. Інші доходи від звичайної діяльності підприємства. Місце доходів у системі показників, що характеризують стан та розвиток підприємства.

Чинники, що визначають розмір доходів різних галузей економіки. Резерви підвищення доходів. Методичні інструменти аналізу доходів підприємства, факторів, що обумовлюють їх формування. Методи обґрунтування плану-прогнозу доходів у окремих галузях економіки. Системи та методи внутрішнього контролю за доходами підприємства. Сутність та функції прибутку, його значення в діяльності підприємства, джерела утворення. Види та класифікація прибутку. Механізм утворення валового прибутку, фінансових результатів від операційної діяльності, фінансових результатів від фінансової та інвестиційної діяльності, фінансових результатів від звичайної діяльності до оподаткування, чистого прибутку. Показники прибутку та рентабельності, фактори, що впливають на рентабельність діяльності підприємства. Стратегія управління прибутком підприємства, етапи розробки. Система організаційного забезпечення управління прибутком підприємства. Інформаційна база аналізу прибутку. Системи та методи аналізу прибутку та прибутковості діяльності підприємства. Оцінка достатності прибутку підприємства. Методика обґрунтування прибутку на плановий період. Механізм розподілу та використання чистого прибутку підприємства. Системи та методи внутрішнього контролю за прибутком.

Тема 2.13. Ефективність та конкурентоспроможність підприємства

Поняття ефективності діяльності підприємства. Показники та критерії ефективності. Вимоги до формування показників ефективності. Система показників ефективності. Основні та допоміжні показники ефективності. Поняття конкурентоспроможності підприємства та продукції, їх взаємозв'язок та взаємообумовленість. Показники та критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства за напрямами його діяльності: виробничої, організаційно-управлінської, кадрової. Методи узагальнюючої оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства. Часткові показники конкурентоспроможності та їх характеристика. Організаційно-економічні та техніко-технологічні фактори, що обумовлюють конкурентоспроможність підприємства. Прогнозування рівня конкурентоспроможності та умов його досягнення. Обґрунтування заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

ПІДСУМКОВІ ПИТАННЯ КУРСУ

1. Підприємство як суб'єкт господарювання: ознаки та основні види.
2. Умови здійснення підприємницької діяльності. Підприємництво у трансформаційній економіці.
3. Особливості акціонерної форми об'єднання капіталів.
4. Виробнича структура підприємства. Чинники, що визначають виробничу структуру. Типи виробничої структури.
5. Правові засади створення і функціонування підприємства.
6. Класифікація організаційно-правових форм підприємницької діяльності.
7. Особливості організації міжнародного підприємництва. Розвиток спільних підприємств в Україні.

8. Основні тенденції та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні.
9. Загальна характеристика капіталу і виробничих фондів підприємства.
10. Показники ефективності використання основних фондів.
11. Структура і нормування оборотних фондів підприємства.
12. Патентування та ліцензування підприємницької діяльності.
13. Структура та нормування оборотних коштів.
14. Визначення потреби підприємства в оборотних коштах на основі нормативів.
15. Функціонально-елементний склад інвестицій підприємства.
16. Господарські товариства (партнерства) як організаційно-правова форма підприємництва. Переваги та недоліки різних видів товариств.
17. Формування і регулювання фінансових інвестицій.
18. Оцінка ефективності виробничих і фінансових інвестицій.
19. Види та форми іноземних інвестицій, їх ефективність.
20. Сутність та види інноваційних процесів на підприємствах.
21. Техніко-технологічна база виробництва та її показники.
22. Лізинг як форма фінансової підтримки підприємницької діяльності.
23. Формування та використання виробничої потужності підприємства.
24. Вплив типів виробництва на організаційно-технічну будову й ефективність.
25. Методи організації виробництва.
26. Виробнича та соціальна інфраструктура підприємства.
27. Державне регулювання діяльності суб'єктів господарювання.
28. Бізнес-план підприємства. Тактичне й оперативне планування.
29. Системи участі працівників підприємств у прибутках. Дивідендна політика.
30. Витрати та собівартість продукції. Класифікація витрат.
31. Сутність та види цін і тарифів.
32. Планування фінансової діяльності: сутність, форми, інструменти.
33. Сутність і види прибутку. Джерела формування прибутку.
34. Оцінка фінансово-економічного стану підприємства за допомогою показників.
35. Фінансова стійкість та платоспроможність підприємства: характеристика і показники оцінки.
36. Система показників ефективності діяльності підприємства.
37. Чинники зростання ефективності виробництва.
38. Економічна безпека підприємств: структурні елементи і схема організації.
39. Фінансова безпека суб'єктів господарювання.
40. Сутність, форми і види реструктуризації підприємств.
41. Санація (фінансове оздоровлення) суб'єктів господарювання.
42. Визначення ймовірності банкрутства суб'єктів господарювання.
43. Характеристика НТП, загальні та пріоритетні напрямки.
44. Суспільні форми організації виробництва.
45. Державний нагляд за якістю продукції в Україні і внутрішньовиробничий контроль якості на підприємстві.

46. Визначення рівня беззбитковості виробництва.
47. Державне регулювання цін. Цінова політика підприємства.
48. Нормування праці на підприємстві: призначення і функції.
49. Рентабельність підприємства та його продукції.
50. Порядок створення нового підприємства.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. / І.М. Бойчик. – К.: Кондор - Видавництво, 2016. – 378 с.
2. Круш П. В. Економіка (розрахунки фінансово-інвестиційних операцій в EXCEL): навч. посіб. / П. В. Круш. – К.: Цул, 2014. – 256 с.
3. Семенда Д. К., Бурляй О.Л., Коротєєв М.А., Семенда О.В. Економіка підприємства: підруч. Умань: ВПЦ "Візаві" (Видавець "Сочінський"), 2014. - 476 с. (Бібліотека Уманського НУС)
4. Семенда Д.К., Коротєєв М.А., Семенда О.В., Семенда О.В. Економіка підприємства: навч. посіб. Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. -246 с. (Бібліотека Уманського НУС)
5. Шарко М. В. Економіка підприємства: навч. посіб. / М. В. Шарко, Н. В. Мешкова-Кравченко, О. М. Радкевич. – Херсон: Олді-плюс, 2014. – 436 с.
6. Яркіна Н.М. Я 74 Економіка підприємства: Навч. посіб. / Н. М. Яркіна. – Вид. 2-ге перероб. і доп. – К.: Видавництво Ліра-К, 2017. – 600 с.

Рекомендована література

Базова

1. Економіка підприємства - Підручник. / Ред. С.Ф. Покропивного. К.: КНЕУ, 2003. –528с.
- 2.Онисько С.М., Марим И.М. Фінанси підприємств: Навч. посіб. /За заг. ред. С.М. Онисько. - Львів: Магнолія плюс, 2004.
3. Момот Т.В. Вартісно-орієнтоване корпоративне управління: від теорії до практичного впровадження: Монографія. – Харків: ХНАМГ, 2006 – 380 с.

Допоміжна

1. Конституція України. – К.: Видання інституту законодавства Верховної Ради України, 1996. – 249 с.
2. Закон України «Про підприємства в Україні» (27.03. 1991 р., із змінами і доповненнями). – В кн.: Посібник по реформуванню сільськогосподарських та переробних підприємств. 2-е доповнене видання. – К.: IAE УААН, 2000. – С. 205–224.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України “Про оподаткування прибутку підприємств”» // Урядовий кур’єр. – 1997. – 12 червня. – № 105—106.

4. Закон України «Про інвестиції» // Голос України. – 1992. – 21 листопада. – № 226. 18. Закон України «Про режим іноземного інвестування» // Урядовий кур'єр. – 1996. – 25 квітня. – № 77–78.
5. Земельний кодекс України // Урядовий кур'єр. – 2001. – 15 листопада. – № 211–212.
6. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» // Урядовий кур'єр. – 1999. – 15 вересня. – № 172.
7. Закон України «Про підтвердження відповідності» // Урядовий кур'єр. – 2001. – 20 червня. – № 108.
8. Закон України «Про стандартизацію» // Урядовий кур'єр. – 2001. – 20 червня. – № 108.
9. Закон України «Про захист економічної конкуренції» // Урядовий кур'єр. – 2001. – 21 березня. – № 50.
10. Закон України «Про підтримку малого підприємництва» // Урядовий кур'єр. – 2000. – 22 листопада. – № 217.
11. Андрійчук В. Г. Економіка підприємства : навч.-метод. посіб. [для самост. вивч. дисц.]. / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 356 с.
12. Аранчай В.І. Фінанси: навч. посіб. / [В.І. Аранчай, Ю.М. Лелюк, Л.М. Капаєва, В.Д. Чумак]. – Полтава: АСМІ, 2009. – 60 с.
13. Дядик Т. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / Т. В. Дядик. – Полтава, ФОП Говоров С.В., 2008. – 344 с.
14. Економіка підприємства : навч. посіб. / [О.В. Ареф'єва, В.Г. Сахаєв, О.В. Ареф'єв та ін.]. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2003. – 237 с.
15. Економіка підприємства: навч. посіб. [для дистанц. навч.] / [О. Є. Єрмаков, Н. М. Бондар, А. В. Калина та ін.]. – К. : Ун-т “Україна”, 2004. – 248 с.
16. Економіка підприємства: навч. посіб. / [А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко, М. П. Нахаба та ін.]; за ред. А. В. Шегди. – [2-ге вид., стер.]. – К.: Знання-Прес, 2002. – 355 с.
17. Економіка підприємства: підруч / [Й. М. Петрович, А. Ф. Кіт, В. В. Кулішов та ін.]; за ред. Й. М. Петровича. – Львів: Магнолія плюс, –2004. – 680 с.
18. Економіка: підруч. / [Чаюн І. О., Богословець Г. М., Довгаль Н. С. та ін.]; за ред. Н.М. Ушакової. – К.: Національний торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.
19. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент: навч. посіб / Г. Г. Кірейцев. – К.: ЦУЛ, 2002. – 496с.
20. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: посіб. / М.Я. Коробов. – К.: Знання, 2000. – 378с.
21. Кудряшов В.П. Фінанси: посіб. / В.П. Кудряшов. – Херсон: Олді, 2002. – 352 с.
22. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія): навч. посіб. – [2-ге вид., доп. і переробл.] / В. М. Опарін. – К. КНЕУ, 2002. – 240 с.
23. Примак Т. О. Економіка підприємства: навч. посіб. - [2-ге вид., стереотип] / Примак Т. О. – К.: Вікар, 2002. – 176 с.

24. Сідун В. А. Економіка підприємства: навч. посіб. / В. А. Сідун, Ю. В. Пономарьова. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 436 с.
25. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз бізнесу: навч. посіб. / Ю. М. Тютюнник. – Полтава : Інтер-Графіка, 2004. – 288 с.
26. Фінанси: підруч. / [С. І. Юрій, В. М. Федосов, Л. М. Олексієнко та ін.] ; за ред. С. І. Юрія, В. М. Федосова. – К.: Знання, 2008. – 611 с

Інформаційні ресурси

1. Азаренкова Г. М. Фінанси підприємств: [навч. посіб. для самост. вивч. дисципліни] Електронний ресурс / Г. М. Азаренкова, Т. М. Журавель, Р. М. Михайленко. - [3-те вид., виправл. і доп.]. – К.: Знання-Прес, 2009. – 299 с. – Режим доступу до підруч.: http://pidruchniki.ws/15840720/finansi/finansi_pidpriyemstv_-_azarenkova_gm.
2. Бідник Н. Б. Стратегія управління прибутком підприємства Електронний ресурс / Н. Б. Бідник // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 97–99. – Режим доступу до журн.: http://archive.nbuu.gov.ua/portal/natural/nvvnu/ekonomika/2009_7/R3/Bidnyk.pdf
3. Горбонос Ф. В. Економіка підприємства: [підруч.] Електронний ресурс // Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик. – К. : "Знання", 2010. – 345 с. – Режим доступу до підруч.: http://pidruchniki.ws/1584072036215/ekonomika/ekonomika_pidpriyemstv_-_gorbonos_fv.
4. Господарський кодекс України Електронний ресурс . – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Керанчук Т. Оцінка стабільності фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] / Тетяна Керанчук.– Режим доступу: <http://www.soskin.info/ea.php?pokazold=19991087&n=10&y=1999>.
6. Козлов С. Процедура банкрутства: про іноземний та український досвід [Електронний ресурс] / Сергій Козлов //Юр.газета. – 2005. – № 14 (50), 23 лип.– Режим доступу до газети: <http://www.yur-gazeta.com/oarticle/1676>.
7. Корzik С. Є. Стратегічне фінансове планування результатів діяльності підприємства Електронний ресурс / С. Є. Корzik // Економічний простір. – 2008. – № 12/2. – 2008. – С. 86–94. - Режим доступу до журн.: http://archive.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Ekpr/2008_12/2/korzik.pdf
8. Ліквідація підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ur-consul.com.ua/ua/services/elimination>.
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 3 “Звіт про фінансові результати”: затв. наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
10. Положення про застосування Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України заходів впливу: розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 13.11.2003. –№ 125. – Чинне з 03.12.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrcu.kiev.ua/dfp/com031203_125.htm.

11. Про особливості проведення санації підприємств агропромислового комплексу: постанова Кабінету Міністрів України від 16.06.1998 р. № 922 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=922-98-%EF>.

РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГ

Тема 3.1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій

Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу. Поняття маркетингу. Історичні передумови виникнення маркетингу. Основні сучасні та класичні визначення маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.

Теоретичні основи маркетингу: сутність та концепції розвитку. Концепції маркетингу: товарна, збутова, ринкова, концепція соціально-етичного (соціально-відповідального маркетингу).

Принципи маркетингу. Загальні функції маркетингу. Еволюція функцій маркетингу.

Маркетингова програма: механізм створення цінностей і зв'язків зі споживачами.

Маркетинг як механізм реалізації можливостей підприємства в нестабільних ринкових умовах.

Тема 3.2. Маркетинг як відкрита мобільна система

Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Визначення маркетингового середовища. Склад маркетингового середовища. Характеристика мікросередовища. Фактори внутрішнього середовища підприємства та їх характеристика. Соціальна відповідальність маркетингу.

Цілі, завдання та види маркетингу, їх характеристика.

Типи маркетингу залежно від сфер застосування.

Тема 3.3. Система маркетингової інформації та маркетингові дослідження

Інформація, її сутність, вимоги до маркетингової інформації. Класифікація маркетингової інформації. Інформаційне забезпечення. Недоліки інформаційного забезпечення.

Маркетингова інформаційна система (MIS), її склад та характеристика. Система внутрішньо-фіrmової інформації. Система маркетингових спостережень.

Маркетингові дослідження як основна складова формування банку даних MIS підприємства.

Сутність, види та методи маркетингових досліджень.

Маркетинг як арсенал сучасних прийомів та методів ринкової діяльності.

Процес маркетингових досліджень.

Тема 3.4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів

Потреби і попит суб'єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту. Класифікація потреб за різними ознаками. Вимірювання потреб. Попит: сутність та умови виникнення. Взаємозв'язок та відмінність попиту і потреб, класифікація попиту. Методи оцінки поточного попиту. Методи прогнозування попиту.

Моделювання поведінки покупців. Типи покупців, їх характеристика та особливості. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів.

Етапи прийняття рішення щодо придбання продукції. Фактори, що впливають на поведінку покупців.

Сутність та ознаки сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку. Визначення сегментації ринку. Мета та завдання сегментації.

Стратегії маркетингу щодо сегментації ринку.

Тема 3.5. Маркетингова товарна політика

Товар та його характеристики при маркетинговому підході. Рівні товару. Цільові напрями в роботі з товаром. Об'єкт дослідження товарів.

Класифікація товарів. Ієрархія товарів. Характеристика товарного асортименту. Конкурентоспроможність товарів та методи її оцінки. Поняття конкурентоспроможності товару.

Якість товару в системі маркетингу. Привабливість товару для споживача. Рівні якості товару, їх характеристика. Петля якості.

Поняття конкурентоспроможності товару. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Система показників оцінки конкурентоспроможності товару. Позиціювання товару на ринку.

Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ).

Нові товари в маркетингу. Товарна марка. Рішення щодо створення товарних марок. Законодавче забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг. Функції та значення товарної марки.

Упаковка товарів.

Тема 3.6. Маркетингове ціноутворення

Ціна як елемент комплексу маркетингу. Етапи процесу встановлення ціни. Вплив на ціну факторів: споживачів, правового поля, учасників каналів товароруху, конкурентного середовища, витрат виробництва та реалізації товарів.

Взаємозв'язок ціни з елементами комплексу маркетингу. Ціна як показник економічної цінності товару. Цінові стратегії на ринку нових товарів. Цінові стратегії на модернізовані товари.

Методи розрахунку рівня цін.

Тема 3.7. Маркетингова політика розподілу

Сутність, цілі, принципи, процес розподілу у системі маркетингу. Учасники товароруху та їх функції. Комплексний процес товароруху та його етапи. Чинники, які впливають на процес товароруху. Критерії вибору ефективної системи товароруху.

Канали розподілу та їх характеристика.

Оптова торгівля у системі маркетингу. Функції оптової торгівлі. Форми оптової торгівлі: оптова діяльність виробників, комерційна оптова діяльність, агенти, брокери.

Роздрібна торгівля та її функції. Множинні канали і стратегічні об'єднання.

Мерчандайзинг: сутність і заходи. Мерчандайзинг - планування й здійснення діяльності щодо активізації продажу та створення зручностей для покупців. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів.

Тема 3.8. Маркетингова комунікаційна політика

Поняття, функції, види маркетингових комунікацій.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Сутність реклами. Цілі, завдання, функції, види реклами. Елементи реклами як процесу. Законодавче поле комунікаційної діяльності. Оцінювання рекламної програми.

«Пабліситі» - сутність та форми. «Паблік рилейшнз»: сутність, значення та заходи. Стимулювання збуту: стосовно покупців, посередників, продавців, сутність та заходи здійснення. Методи визначення загального бюджету на маркетингові комунікації. Метод визначення «від наявних коштів». Метод визначення «у відсотках від суми продажу». Метод визначення «на підставі зростання (зниження) порівняно з витратами минулого періоду». Метод конкурентного паритету. Метод визначення «виходячи з цілей та завдань».

Синтетичні маркетингові комунікації. Виставки та ярмарки: призначення й особливості проведення. Спонсорство: характерні риси, умови застосування.

Тема 3.9. Стратегічний маркетинг на підприємстві

Місце стратегічного маркетингу у структурі управління маркетингом та підприємством (фірмою). Основні категорії стратегічного маркетингу. Сутність, цілі та завдання стратегічного маркетингу.

Складові стратегічного маркетингу: стратегії за цільовими ринками, комплексами маркетингу та рівнями витрат на маркетинг. Управління стратегічним маркетингом як цілеспрямована діяльність з регулювання (zmіни) позиції фірми на ринку. Елементи та види маркетингових стратегій. Маркетингове стратегічне планування.

Сутність, функції та етапи стратегічного планування. Встановлення цілей і ситуаційний аналіз у процесі стратегічного планування. Стратегічні господарські підрозділи як основні елементи побудови стратегічного плану маркетингу. Підходи до планування стратегій маркетингу: матриця можливостей за товарами/ринками; матриця “Бостон консалтинг груп”; програма впливу ринкової стратегії на прибуток; загальна стратегічна модель Портера.

Тема 3.10. Організація, управління та контроль маркетинговою діяльністю

Цілі, завдання та функції управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне і тактичне планування маркетинговою діяльністю. Організаційні структури управління. Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Види маркетингових організаційних структур та їх характеристики. Особливості товарної, географічної, ринкової і матричної організаційних структур управління. Умови застосування оптимальних маркетингових структур управління. Організація маркетингового контролю.

ПІДСУМКОВІ ПИТАННЯ КУРСУ

1. Сутність маркетингу.
2. Хронологія зародження і розвитку маркетингу.
3. Еволюція концепцій маркетингу.
4. Основні риси сучасного маркетингу.
5. Стратегічні завдання маркетингу.
6. Тактичні завдання маркетингу.
7. Функції маркетингу як системи управління.
8. Види сучасного маркетингу.
9. Виробничий, товарний, збутовий та соціально-етичний маркетинг.
10. Основні поняття маркетингу.
11. Принципи маркетингу.
12. Цілі та завдання маркетингу.
13. Функції маркетингу.
14. Класифікація видів маркетингу залежно від організації маркетингової діяльності.
15. Класифікація видів маркетингу залежно від сфери застосування.
16. Класифікація видів маркетингу.
17. Класифікація видів маркетингу залежно від терміну на який розрахована маркетингова політика підприємства.
18. Класифікація видів маркетингу залежно від попиту.
19. Класифікація видів маркетингу залежно від головних суб'єктів уваги.
20. Класифікація видів маркетингу за рівнем розв'язання маркетингових завдань.
21. Класифікація видів маркетингу за ступенем диференціації маркетингових функцій.
22. Класифікація видів маркетингу залежно від кінцевої мети підприємства.
23. Класифікація видів маркетингу за ступенем охоплення цільової аудиторії, ринку, території.
24. Класифікація видів маркетингу залежно від темпів виробництва (збуту) товарів.
25. Класифікація видів маркетингу за ступенем поєднання інтересів фірми-продуцента, постачальників та посередників.

26. Класифікація видів маркетингу залежно від маркетингової стратегії і тактики конкурентів.
27. Особливості впливу оточуючого середовища на формування комплексу маркетингу на підприємстві.
28. Характеристика внутрішнього середовища маркетингу.
29. Характеристика зовнішнього середовища маркетингу.
30. Значення інформації в маркетингу.
31. Задачі і зміст маркетингових досліджень.
32. Види маркетингових досліджень.
33. Методи проведення маркетингових досліджень.
34. Види інформації.
35. Сутність маркетингової товарної політики підприємства.
36. Товар, види товару.
37. Етапи життєвого циклу товару.
38. Конкурентоспроможність товару на ринку.
39. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства.
40. Товарні марки.
41. Основні функції товарного знака та переваги при використанні товарного знака.
42. Основні вимоги до товарного знака правила застосування товарного знака.
43. Упаковка. Функції упаковки.
44. Маркетингова цінова політика підприємства та її види.
45. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни.
46. Методи прямого ціноутворення.
47. Методи непрямого ціноутворення.
48. Види знижок.
49. Попит та його еластичність.
50. Управління цінами підприємства.
51. Методи ціноутворення.
52. Товарні марки. Упаковка. Сервіс.
53. Конкуренція і конкурентоздатність товару.
54. Елементи конкурентоспроможності товару.
55. Маркетинг послуг.
56. Сутність маркетингової політики продажу.
57. Канали розподілу та їх функції.
58. Основні типи каналів розподілу та їх характеристика.
59. Структура каналу розподілу та методи його формування.
60. Процес управління каналами розподілу та його особливості.
61. Оцінка збутової діяльності та її критерії.
62. Ліквідація конфліктів у каналах розподілу.
63. Посередницька діяльність у каналах розподілу.
64. Типи торговельних посередників.
65. Логістичні системи розподілу.
66. Сутність маркетингової політики просування.

67. Алгоритм формування комплексу заходів маркетингової політики комунікації.
68. Реклама та її завдання.
69. Носії реклами. Тестування реклами.
70. Стимулювання збуту та його основні засоби.
71. Персональний продаж та його типи.
72. Мотивування покупця.
73. Прямий маркетинг.
74. Принципи організації маркетингових структур на підприємстві.
75. Сутність концепції організації маркетингу на підприємстві.
76. Сутність моделей побудови відділу маркетингу на підприємстві.
77. Тимчасові маркетингові структури на підприємстві.
78. Поняття про контроль маркетингової діяльності на підприємстві.
79. Види контролю: стратегічний, тактичний, оперативний.
80. Показники контролю планів збуту продукції підприємства.
81. Поняття про ревізію маркетингу.
82. Сутність планування маркетингової діяльності.
83. Стратегічне планування маркетингу. Функції стратегічного планування маркетингу.
84. Процес внутрішнього стратегічного планування маркетингу на підприємстві.
85. План маркетингової діяльності підприємства.
86. Класифікації товарних марок.
87. Сутність і класифікація маркетингових конкурентних стратегій.
88. Сутність маркетингового управління портфелем бізнесу.
89. Маркетингові стратегії багато бізнесових підприємств.
90. SWOT-аналіз як метод аналізу зовнішнього середовища
91. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера
92. Ключові ідеї концепції позиціонування
93. Матриця «темпи росту ринку – частка ринку» (модель БКГ)
94. Матриця «привабливість галузі – конкурентоздатність компанії» (модель Мак-Кінзі)
95. Бенчмаркинг – метод оцінки і розвитку організаційного потенціалу підприємства
96. GAP-аналіз ключових компетенцій підприємства
97. Сутність та особливості міжнародної реклами.
98. Функції міжнародної реклами.
99. Вибір виду реклами залежно від етапу життєвого циклу товару на міжнародному ринку
100. Глобальна реклама: переваги та недоліки.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Маркетинг: навч. посібник / А.О. Старостіна, В.А. Кравченко, О.Ю. Пригара, Л.О. Ярош-Дмитренко / за заг. ред. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. -543 с.
2. Бутенко Н.В. Маркетинг [Текст]: підручник / Бутенко Н.В. - К.: Атіка, 2018.-300 с.
3. Беляєвцев М.І. Маркетинг [Текст]: навч. посіб. / Беляєвцев М.І., Іваненко Л.М. - К.: Центр навчальної літератури, 2015.-328 с.
4. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навч. посіб. / [В.Б. Захожай, Л.В. Романова, Н.А. Головач та ін.]; під кер. та наук. ред. В.Б. Захожая. – К. «ДП «Видавничий дім «Персонал», 2015.
5. Маркетинг [Текст]: навчальний посібник / Є.О. Балацький, А.Ф. Бондаренко; Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 397 с.
6. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник / За наук. ред. О. А. Тимчик. – Київ: Видавництво, 2014. – 284 с.
7. Маслій Н.Д. Маркетинг: навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / Н.Д. Маслій. – Одеса: Астропрінт, 2017. – 184 с.

Рекомендована література

Базова

1. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навчальний посібник / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І. В. Балабанова. – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 612 с.
2. Маркетинг у галузях і сферах діяльності: навч. посіб. / за ред. Буднікевич І.М. – К.: Центр учебової літератури, 2013. – 536 с.
3. Окландер М.А. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, М.В. Кірносова. – К.: Центр учебової літератури, 2014. – 208 с.
4. Окландер М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 240 с.
5. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посіб. / Т.О. Примак. – К.: Центр учебової літератури, 2013. – 202 с.
6. Грабинская О.С. Маркетинговые коммуникации / О.С. Грабинская. – М.: Академия, 2018. – 368 с.
7. Красюк И.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И.Н. Красюк. – М.: Инфра-М, 2018. – 416 с.
8. Мазилкина М.Е. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / М.Е. Мазилкина. – М.: Дашков и К., 2016. – 256 с.
9. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации: Учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, 2018. –384 с.
10. Сендеров Д. Маркетинговые коммуникации / Д. Сендеров. – СПб.: Питер, 2018. – 496 с.

11. Корінєв В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. -200с.

Допоміжна

1. Романенко Л.Ф. Банківський маркетинг: Монографія. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2001. – 484 с.
2. Романенко Л.Ф. Маркетинг: Навчальний посібник для дистанційного навчання. – К.: Університет «Україна», 2005. – 216 с.
3. Ковальчук С.В. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / С.В. Ковальчук, І.В. Гвоздцька, С.М. Синиця. – Л.: Новий Світ-2000, 2011. – 352 с.
4. Лютий І.О. Банківський маркетинг: підручник для студ. вищ. навч. закл. / І.О.Лютий, О.О.Солодка. – К.: Центр учебової літератури, 2009. – 776 с.
5. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: навч.-метод. посіб. / Т.М. Чумаченко. – Вид. 3-е, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2012. – 210 с.
6. Катаєв А.В. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спец. «Фінанси і кредит», «Облік і аудит» / А.В.Катаєв; Харків: торг.-екон. ін.-т Київ. нац.. торг.-екон. ун-ту. – Електро. текст. дані. – Харків: Видавничий центр «Діалог», 2016. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Системні вимоги: Adobe Acrobat Reader. – Назва з етикетки диска.
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебник / Под ред. Эришвили Н.Д., Грошева И.В. – М.: Юнити, 2016. – 395 с.
8. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В.А. Алексунин, Е.В. Дубаневич. – М.: Дашков и К., 2016. – 196 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Державної Служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Case Україна. Періодичні видання, економічний огляд. – Режим доступу: <http://case-ukraine.com.ua>.
3. Головний економічний журнал України. – Режим доступу: <http://economist.net.ua>.
4. Європейський вибір України. – Режим доступу: <http://www.minyust.gov.ua>.
5. Сайт журнала “Вопросы экономики” – Режим доступу: <http://www.vopreco.ru>.
6. Сайт журнала “Вопросы политической экономии” – Режим доступу: <http://vopoliteco.ucoz.com>.
7. Сайт журналу “Бізнес Інформ” – Режим доступу: <http://www.business-inform.net>.
8. Сайт журналу “Проблеми економіки” – Режим доступу: <http://www.problecon.com>.
9. Сайт журналу “Економіка розвитку” – Режим доступу: <http://www.ed.ksue.edu.ua>.

10. Сайт журналу “Економічна теорія” – Режим доступу:
<http://www.etet.org.ua>.
11. Сайт журнала “Теоретическая экономика” – Режим доступу:
<http://theoreticaleconomy.info>.
12. Сайт журнала “Горизонты экономики” – Режим доступу:
<http://www.economizdat.ru/zhurnal>.
13. Сайт журнала “Альтернативы” – Режим доступу:
<http://www.alternativy.ru>.
14. Сайт журналу «Актуальні проблеми економіки» – Режим доступу:
<http://eco-science.net>.
15. Офіційні видання Верховної Ради України. – Режим доступу:
<http://obcom.net.ua>.
16. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.
17. Офіційний сайт Національної парламентської бібліотеки України – Режим доступу: <http://nplu.org>.

РОЗДІЛ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

Тема 4.1. Методологічні засади теорії організації

Сутність поняття «організація». Поняття «закон організації». Система законів організації. Принципи організації: принцип ланцюгового зв'язку; принцип інгресії; принцип підбору; принцип рухомої рівноваги; принцип слабкої ланки. Групування принципів. Етапи розвитку організації: зародження, зростання, зрілості, старіння. Збереження рівноваги організації та її цілісності. Організація як соціум. Соціальна організація і соціальна спільність. Людина як елемент соціальної системи. Активність і опірність соціальної організації. Загальні риси соціальної організації. Організаційна діяльність. Альтернативні парадигми організаційного процесу. Система управління - кібернетичний підхід.

Тема 4.2. Зовнішнє й внутрішнє середовище організації.

Внутрішнє середовище організації. Зовнішнє середовище організації. Мікрооточення (фактори зовнішнього середовища безпосереднього впливу): партнери; конкуренти; центральні та місцеві органи влади; навколошнє населення; природні умови. Макрооточення (фактори зовнішнього середовища опосередкованого впливу): міжнародні події та оточення; стан економіки; соціокультурні фактори; політичні обставини; розвиток науки та технологій; право; соціально-спільні фактори.

Взаємозв'язок факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Тема 4.3. Поняття влади та стилі керівництва

Керівництво влади та впливу. Типи влади. Особовий підхід до управління, теорія великих людей. Поведінковий підхід до управління, Практика менеджменту Р. Блейка та Дж. Мутона. Основні стилі керівництва.

Тема 4.4. Процес управління та управлінські рішення

Процес управління як сукупності взаємозв'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цілевизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація завдань, зворотній зв'язок.

Особливості процесу управління: безперервність, нерівноцінність, циклічність, послідовність, надійність.

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень.

Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Тема 4.5. Планування

Планування як загальна функція менеджменту: сутність і зміст, види планування, їхній взаємозв'язок. Складові елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила процедури. Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

Сутність стратегічного планування, поняття місії організації, часові орієнтації в плануванні. Стратегічні альтернативи та вибір стратегій за матрицею БКГ. Процес стратегічного планування. Прогнозування. Побудова дерева цілей. Програмування. Складання графіків і таблиць. Складові частини бізнес-плану.

Тема 4.6. Організація та організаційні структури

Поняття організації, її головні елементи. Зовнішнє середовище організації. Фактори безпосереднього впливу та фактори непрямого впливу на роботу організації. Внутрішнє середовище організації (мета, задача, класифікація видів технологій). Організаційні структури. Бюрократичні структури. Адаптивні структури. Приклади організаційних структур.

Тема 4.7. Мотивація

Визначення мотивації. Мотивація як загальна функція менеджменту: значення людського фактору 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. Первісні концепції мотивації. Сучасні теорії мотивації.

Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 4.8. Контроль

Визначення та необхідність контролю. Контроль як загальна функція менеджменту: поняття, місце в системі управління, принципи, цілі. Головні аспекти контролю. Види контролю. Процес контролю. Етапи процесу контролю: формування стандартів, вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Складові ефективності проведення контролю в організаціях.

Модель процесу контролю. Зворотній зв'язок під час контролю. Види управлінського контролю.

Тема 4.9. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація, її види та роль в 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 в процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комуникаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комуникаційні перевантаження.

Тема 4.10. 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. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примусення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керування. Характеристика та класифікація стилів керування. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера.

Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 4.11. Ефективність менеджменту

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту, їх склад і методи визначення.

Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність та 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.

ПІДСУМКОВІ ПИТАННЯ КУРСУ

1. Сутність категорій „управління” і „менеджмент”.
2. Менеджмент як наука і мистецтво. Основні категорії менеджменту.
3. Методи, принципи, закони і закономірності менеджменту.
4. Назвіть основні класичні теорії менеджменту.
5. Управління, спрямоване на успіх. Критерії ефективного управління.
6. Специфіка адміністративної системи управління.
7. Еволюція управління до ХХ століття.
8. Класифікація принципів менеджменту
9. Сутність системного підходу до управління організацією.
10. Процесний підхід в управлінні.
11. Ситуаційний підхід в управлінні.
12. Сучасна управлінська парадигма.
13. Сутність категорії „організація”. Організації та їх цілі, задачі та загальні характеристики.
14. Організація як відкрита динамічна система.
15. Класифікація організацій за характером власності.
16. Сутність і циклічність функцій управління
17. Класифікація функцій управління.
18. Основні етапи планування програми організації.
19. Постачальники, споживачі і конкуренти організації.
20. Мотиви й потреби окремих людей.
21. Поняття мотивації. Потреби і винагороди. Стимулювання праці.
22. Принципи й види матеріального стимулювання.
23. Поняття та класифікація функцій менеджменту. Їх взаємозв'язок.
24. Сутність та класифікація методів менеджменту.
25. Сутність планування, його види та їхній взаємозв'язок.
26. Характеристики ефективного контролю. Економічність контролю.
27. Контроль як реалізація функцій обліку, аналізу, коригування.
28. Етапи процесу контролю.
29. Сутність контролінгу.
30. Поняття, характеристики та види комунікацій.
31. Організаційні комунікації, їх типи і роль в управлінні.
32. Сутність і класифікація методів менеджменту.
33. Види економічних методів управління.
34. Види соціально-психологічних методів управління.
35. Кадрова політика в менеджменті.
36. Класифікація організаційних структур управління.
37. Особливості функціональної структури управління.

38. Характеристика лінійно-функціональної структури управління.
39. Принципи формування організаційних структур.
40. Класифікація організаційних структур управління.
41. Сутність інформації у процесі управління.
42. Сутність комунікаційного процесу.
43. Бар'єри в комунікаційному процесі.
44. Сутність управлінських рішень.
45. Алгоритм прийняття управлінських рішень.
46. Сутність, значення та класифікація управлінських рішень.
47. Методи прийняття рішень.
48. Сутність і форми влади.
49. Стилі керівництва.
50. Конфлікт та його причини.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДО ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998. – 704 с.
2. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в ХХІ веке. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2001. – 242 с.
3. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г.Мельник. – 2-е вид., випр. та допов. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
4. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. / О.Є.Кузьмін, О.Г.Мельник. – 3-е вид., допов. і переробл. – Л.: Нац. Ун-т «Львів. політехніка»; Інтелект-захід, 2007. – 384 с.
5. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / А.А.Мазаракі, Г.Є.Мошек, Л.А. Гомба та ін.. – К.: Атіка, 2007. – 564 с.

Рекомендована література

Базова

1. Родченко В.В., Новак В.О. Менеджмент: Навчальний посібник. – К.: НАУ, 2001. – 400 с.
2. Сладкевич В.П., Червнявский А.Д. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. – К.: МАУП, 2000. – 112 с.
3. Юргутіс І.А. Основи менеджменту: Навч. посібник. – К.: Освіта, 1998. – 256 с.
4. Виханский О.С. Менеджмент / О.С.Виханский, А.И.Наумов. - М., 2003. - 528 с.
5. Гуторова О.О. Основи менеджменту: навч. посібник / О.О.Гуторова / Харк. нац.. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2009. – 327 с.
6. Менеджмент: навч. посіб. / Л.С.Шевченко, О.А.Гриценко, С.М.Макуха та ін.; за заг. ред.. д-ра екон. наук, проф. Л.С.Шевченко. – Х.: Право, 2013. – 216 с.

7. Бардась А.В. Менеджмент: навч. посіб. / А.В.Бардась, М.В.Бойченко, А.В.Дудник. – Д.: Національний гірничий університет, 2012. – 381 с.

8. Шатун В.Т. Основи менеджменту: Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376 с.

Допоміжна

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – К.: Украинско-Финский институт менеджмента и бизнеса, 1997. – 408 с.
2. Кредісов А.І., Панченко Є.Г., Кредісов В.А. Менеджмент для керівників. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 556 с.
3. Наука управляти: з історії менеджменту. Хрестоматія: Навч. посібник. Упоряд. І.О.Слєпов. – К.: Либідь, 1993. – 304 с.
4. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. – Львів: Світ. – 1995. – 296 с.
5. Акулов В.Б. Теория организации: учеб. пособие / В.Б.Акулов, М.Н.Рудаков. – Петрозаводск : ПетрГУ, 2002. – 192 с.
6. Латфуллин Г.Р. Теория организации / Г.Р.Латфуллин, А.В.Райченко. – СПб.: Питер, 2004. – 395 с.
7. Мильнер Б.З. Теория организации:учебник / Б.З. Мильнер. – М.: Инфра-М, 2009. – 864 с.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Державної Служби статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Case Україна. Періодичні видання, економічний огляд. – Режим доступу: <http://case-ukraine.com.ua>.
3. Головний економічний журнал України. – Режим доступу: <http://economist.net.ua>.
4. Європейський вибір України. – Режим доступу: <http://www.minyust.gov.ua>.
5. Сайт журнала “Вопросы экономики” – Режим доступу: <http://www.vopreco.ru>.
6. Сайт журнала “Вопросы политической экономии” – Режим доступу: <http://vopoliteco.ucoz.com>.
7. Сайт журналу “Бізнес Інформ” – Режим доступу: <http://www.business-inform.net>.
8. Сайт журналу “Проблеми економіки” – Режим доступу: <http://www.problecon.com>.
9. Сайт журналу “Економіка розвитку” – Режим доступу: <http://www.ed.ksue.edu.ua>.
10. Сайт журналу “Економічна теорія” – Режим доступу: <http://www.etet.org.ua>.
11. Сайт журнала “Теоретическая экономика” – Режим доступу: <http://theoreticaleconomy.info>.

12. Сайт журнала “Горизонты экономики” – Режим доступу:
<http://www.economizdat.ru/zhurnal>.
13. Сайт журнала “Альтернативы” – Режим доступу:
<http://www.alternativy.ru>.
14. Сайт журналу «Актуальні проблеми економіки» – Режим доступу:
<http://eco-science.net>.
15. Офіційні видання Верховної Ради України. – Режим доступу:
<http://obcom.net.ua>.
16. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського – Режим доступу: <http://www.nbuu.gov.ua>.
17. Офіційний сайт Національної парламентської бібліотеки України – Режим доступу: <http://nplu.org>.

СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ

**ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
«ЄВРОПЕЙСЬКА ШКОЛА БІЗНЕСУ»**

ЗАТВЕРДЖОЮ

Голова приймальної комісії,

В.о. ректора

prof. О.С. Падалка

«_____» 2021 р.

ШИФР

(заповнюється відповідальним
секретарем приймальної комісії)

**ТЕСТУВАННЯ ЗА ФАХОМ
075 «Маркетинг»
(ступінь – бакалавр)**

Варіант № 1

Кожне завдання 1-25 має по чотири варіанти відповідей, позначених літерами а, б, в, г, із яких лише ОДНА ПРАВИЛЬНА. Оберіть правильну, на Вашу думку, відповідь та обведіть кружком відповідну літеру.

Виконання кожного завдання з вибором однієї правильної відповіді оцінюється 8 балами, невірної відповіді – 0 балів. Максимальна кількість балів за виконання завдань складає 200 балів.

1. Яка перша назва економічної науки?

- а) Політична економія.
- б) Економікс.
- в) Макроекономіка.
- г) Мікроекономіка.

3. Який характер мають економічні закони?

- а) Об'єктивний.
- б) Суб'єктивний.
- в) Перемінний.
- г) Вони безхарактерні.

4. Які сторони категорії „економіка” не входять до поняття „економічна система”?

- а) Виробничі відносини (відносини економічної власності).
- б) Комплекс економічних наук.
- в) Продуктивні сили.
- г) Господарський механізм.

5. Діяльність фірми щодо планування, реалізації та контролю за фізичним переміщенням сировини, матеріалів, готових виробів від місця їх вироблення до місць використання з метою задоволення попиту і отримання відповідного прибутку

- це:

- а) Маркетингова товарна політика;
- б) Маркетингова цінова політика;
- в) Маркетингова політика розподілу;
- г) Маркетингова політика комунікацій;

6. Намагання досягти неповторності в якомусь аспекті, який видається важливим великої кількості споживачів - це тип стратегії конкурентної боротьби:

- а) Лідерство у зниженні витрат.
- б) Диференціація.
- в) Фокусування.
- г) Лідерство у підвищенні витрат.

7. Основні фактори, які впливають на привабливість вибору того чи іншого сегмента:

- а) Конкуренти, які вже є в галузі.
- б) Технологія.
- в) Потенційні конкуренти.
- г) Економіка.

8. Концентрація уваги на якомусь сегменті ринку і обслуговування його краще і ефективніше, ніж це роблять конкуренти - це тип стратегії конкурентної боротьби:

- а) Лідерство у зниженні витрат.
- б) Диференціація.
- в) Фокусування.
- г) Лідерство у підвищенні витрат.

9. Можливі обсяги продажу товарів покупцям, які виявляють інтерес і мають змогу придбати продукцію фірми - це:

- а) Місткість потенційного ринку.
- б) Місткість реального ринку.
- в) Місткість цільового ринку.
- г) Місткість зайнятого ринку.

10. Які Ви знаєте внутрішні фактори формування цінових стратегій ?:

- а) Споживачі, еластичність попиту від ціни.
- б) Мета фірми, її розмір.
- в) Тип товару та стадії його життєвого циклу.
- г) Витрати на виробництво та реалізацію.

11. Визначте основні маркетингові стратегії, які використовуються для встановлення цін на нові товари:

- а) Стратегія сповзаючої ціни.
- б) Стратегія "зняття вершків".
- в) Стратегія переважаючої ціни.
- г) Стратегія міцного впровадження.

12. Визначте зовнішні фактори, що впливають на вибір цінової стратегії:

- а) Споживачі, еластичність попиту від ціни.
- б) Структура ринку, ринкове середовище.
- в) Мета фірми, її розмір.
- г) Учасники каналів товароруху, держава.

13. Ринкові умови господарювання підприємства не передбачають:

- а) Конкуренцію.
- б) Централізоване планування.
- в) Наявність приватної власності.

г) Свободу підприємницького вибору.

14. Головне завдання підприємства полягає у:

- а) Задоволенні потреб ринку з метою одержання прибутку.
- б) Ефективному використанні основних фондів і оборотних засобів.
- в) Підвищенні продуктивності праці та ефективному використанні системи мотивації праці.
- г) Підвищенні якості продукції, що випускається.

15. Колективний договір укладається:

- а) Лише на державних підприємствах.
- б) На всіх підприємствах.
- в) На підприємствах, де частка держави у майні становить більше 50%.
- г) На всіх промислових підприємствах.

16. Фірма виробляє 5000 записничків за місяць. Постійні витрати - 16 тис. грн. Змінні витрати в розрахунку на одиницю продукції становлять 1,6 грн. Прибуток - 25% від повних витрат. Яка вартість одного записничка?:

- а) 5,6 грн.
- б) 5,8 грн.
- в) 6 грн.
- г) 5,3 грн.

17. Як найчастіше інтерпретують поняття "Менеджмент"?

- а) Управляти, координувати, організовувати.
- б) Управляти, контролювати, регулювати.
- в) Керувати, управляти, завідувати, стояти на чолі.
- г) Завідувати, керувати, стимулювати.

18. Фірма виробляє записнички. Повні витрати на одиницю продукції становлять 4 грн. Торгова надбавка, розрахована виходячи з її частки у продажній ціні, становить 20%. Яка ціна одного записничка?:

- а) 4,8 грн.
- б) 5 грн.
- в) 5,2 грн.
- г) 4,6 грн.

19. Яка стратегія ціноутворення використовувалась різними фірмами при визначенні ціни на відеомагнітофон в перший час його появи на ринку?:

- а) Зняття вершків.
- б) Проникнення.
- в) Максимізація.
- г) Мінімізація.

20. Що являє собою менеджмент з функціональних позицій?

- а) Процес планування, організування, мотивування та регулювання виробничих процесів на підприємстві.
- б) Процес планування, організування, мотивування та регулювання виробничих процесів на підприємстві.
- в) Процес планування, організування, контролювання, координування та регулювання діяльності управлінців.
- г) Процес планування, організування, мотивування, регулювання та контролювання, які необхідні для досягнення певної цілі.

21. Яка стратегія ціноутворення використовувалась різними фірмами при визначені ціни комп'ютерів із складним програмним забезпеченням?:

- а) Зняття вершків.
- б) Проникнення.
- в) Максимізація.
- г) Захоплення в полон.

22. Фабрика "ВС" виготовляє ювелірні вироби, що реалізуються за високими цінами. Споживачі продукції сконцентровані в одному географічному регіоні. Який метод просування товарів слід застосовувати фабриці "ВС"?:

- а) Реклама.
- б) Персональний продаж.
- в) Паблік сіті.
- г) Преміальний продаж.

23. За якими ознаками класифікуються відносини управління в організації?

- а) За сферою розповсюдження, характером організації, кількістю носіїв та часом існування.
- б) За проявом властивостей, часом існування, принципами формування та сферою діяльності організації.
- в) За типами, сферами, кількістю носіїв та обсягом інформації.
- г) За сферою прикладання, масштабом, часом існування та характером організаційних зв'язків.

24. Фірма "Q" виробляє меблеві гарнітури. Еластичність попиту на цю продукцію дуже висока. Як зміниться збут меблів в разі наведених змін ціни?:

- а) Обсяг збути суттєво збільшиться в разі незначного зменшення ціни продукції;
- б) Обсяг збути суттєво не зросте в разі значного зниження ціни;
- в) Обсяг збути залишиться незмінним в разі зниження ціни продукції;
- г) Обсяг збути зросте в разі підвищення ціни продукції.

25. На які різновиди поділяються всі управлінські відносини за характером організаційних зв'язків?

- А) Внутрішні та зовнішні.
- Б) Лінійні та горизонтальні.
- В) Функціональні та вертикальні.
- Г) Лінійні, функціональні та змішані.

Голова фахової атестаційної комісії

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Кількість балів

(цифрами і прописом)

Екзаменатор

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Екзаменатор

(підпис)

(прізвище, ініціали)

КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ПИСЬМОВИХ ВІДПОВІДЕЙ З ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗА ФАХОМ

Варіант контрольного завдання включає 25 теоретичних тестових запитань з однозначною правильною відповіддю. Кожна правильна відповідь на тестове завдання оцінюється - 8 балів. Максимально абітурієнт може набрати 200 балів.

Абітурієнти, що набрали менш ніж 100 балів до подального конкурсу не допускаються. Абітурієнти, що набрали 100 і більше балів допускаються до подального конкурсу.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

УКЛАДАЧІ:

ВАСЮТКІНА Наталія Володимирівна
МАРЧЕНКО Світлана Миколаївна
ВЛАСЕНКО Олена Олексandrівна
РЕМИГА Юлія Сергіївна

ПРОГРАМА

вступного випробування з фаху

**для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
зі спеціальності 075 «Маркетинг» на базі освітньо-кваліфікаційного
рівня «Молодший спеціаліст» (скорочений термін навчання)**

МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
03187, Україна, м. Київ, проспект Академіка Глушкова, буд.42-в