

**Київський національний торговельно-економічний університет**  
**СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**  
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти  
Сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015



**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Голова приймальної комісії

А.А. Мазаракі

2020 р.

**ПРОГРАМА**  
**вступного фахового випробування**  
**для здобуття освітнього ступеня магістра**

галузь знань	<b>05 «Соціальні та поведінкові науки»</b>
спеціальність	<b>051 «Економіка»</b>
освітньо-професійна програма	<b>«Економіка та безпека бізнесу»</b>

**Київ 2020**

## ВСТУП

Програма вступного фахового випробування призначена для здобувачів освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка» освітньо-професійною програмою «Економіка та безпека бізнесу».

Мета вступного фахового випробування – оцінювання рівня професійних знань, умінь та навичок вступників.

Для складання вступного фахового випробування необхідні знання з дисциплін «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», а саме:

- теоретичні та методологічні засади управління підприємством у конкурентному середовищі;
- вміння ефективного використання ресурсного і виробничо-господарського потенціалу підприємства;
- теоретичні й практичні аспекти забезпечення розширеного відтворення підприємства;
- засади формування та функціонування активів і капіталу підприємства, форм грошового обороту та системи грошових розрахунків;
- застосування практичного інструментарію проведення фінансових розрахунків;
- методичний інструментарій оцінювання фінансового стану підприємства;
- методика фінансового планування;
- основні категорії науки управління, функції управління і процеси прийняття управлінських рішень;
- методи використання базових інструментів управління організацією;
- вплив різних факторів на ефективність системи управління організацією;
- основні поняття, системи та алгоритми маркетингу;
- практичні навички розв'язання конкретних маркетингових завдань;
- вміння творчого пошуку резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємства;
- сутнісні характеристики фінансів, їх роль та місце в економічній системі;
- засади фінансової політики держави і механізму її реалізації;
- взаємодія сфер і ланок фінансової системи.

Вступне фахове випробування проводиться у формі тестування за програмою, що складається з трьох розділів:

1. Економіка підприємства.
2. Менеджмент.
3. Маркетинг.

# **ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ**

## **Розділ I. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

### **Тема 1. Підприємство в соціально орієнтованій ринковій економіці**

Підприємство як суб'єкт господарювання. Організаційно-економічні умови функціонування підприємств.

Основні ознаки підприємства. Теорії підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства. Ринок та його інфраструктура. Державний регуляторний механізм діяльності підприємства. Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств.

### **Тема 2. Напрями діяльності підприємства**

Напрями та види діяльності підприємства. Класифікація видів економічної діяльності. Сутність, функції, завдання, об'єкт та предмет операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Виробничий цикл, його структура. Основні положення теорії організації виробництва.

Фінансовий механізм підприємства та характеристика його основних елементів.

### **Тема 3. Планування діяльності підприємства**

Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства. Систематизація планів підприємства. Етапи процесу планування діяльності підприємства.

Методи планування діяльності підприємства.

Система поточних планів господарської діяльності підприємства. Оцінювання якості планів підприємства.

### **Тема 4. Продукція підприємства**

Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання обсягу продукції. Сутність, показники та методи вимірювання якості продукції. Конкурентоспроможність продукції: сутність, чинники та методика оцінювання.

Стандартизація та сертифікація продукції, принципи і сфера застосування.

### **Тема 5. Планування виробництва та реалізації продукції підприємства**

Зміст та завдання виробничої програми підприємства. Методологічні засади аналізу та планування виробничої програми підприємства. Планування параметрів виробничої програми: послідовність, методи.

Забезпечення виробничої програми матеріальними ресурсами. Сутність, види та методи обґрунтування норм витрат матеріальних ресурсів.

### **Тема 6. Виробнича потужність підприємства**

Сутність та систематизація видів виробничої потужності підприємства. Інформаційна база, послідовність та методи розрахунку виробничої потужності підприємства. Методологічні засади аналізу використання виробничої потужності підприємства.

### **Тема 7. Ресурсний потенціал підприємства**

Поняття та систематизація економічних ресурсів підприємства.

Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства. Методи оцінки ресурсного потенціалу підприємства.

Чинники, що обумовлюють рівень використання ресурсного потенціалу.

### **Тема 8. Трудові ресурси та матеріальне стимулювання праці працівників підприємства**

Сутність та класифікація трудових ресурсів, принципи й завдання їх формування.

Продуктивність праці робітників: поняття і методи оцінки. Фактори, що впливають на продуктивність праці.

Методи нормування витрат праці.

Система стимулювання праці. Сутність та види заробітної плати. Форми та системи оплати праці. Державне регулювання оплати праці.

Методологічні засади аналізу та планування чисельності, продуктивності та витрат на оплату праці на підприємстві.

### **Тема 9. Майнові ресурси (активи) підприємства**

Сутність та класифікація активів підприємства.

Поняття, класифікація та особливості необоротних активів підприємства. Сутність, класифікація, види вартості та особливості відтворення основних засобів. Поняття та види зносу основних засобів. Сутність та методи нарахування амортизації. Сутність та види нематеріальних ресурсів підприємства, методи їх оцінки та амортизації. Методологічні засади аналізу та планування необоротних активів.

Поняття, класифікація та особливості оборотних активів підприємства та окремих їх складових. Сутність і методика оцінки виробничого, операційного та фінансового циклів підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування оборотних активів підприємства.

### **Тема 10. Фінансові ресурси (капітал) підприємства**

Фінансові ресурси підприємства: сутність, класифікація, джерела формування.

Сутність та класифікація капіталу підприємства. Власний та позиковий капітал підприємства: сутність, класифікація, особливості.

Кредитування як механізм формування позикового капіталу.

Поняття «вартість капіталу» підприємства та методи її оцінки.

Методологічні засади аналізу та планування капіталу підприємства.

### **Тема 11. Поточні витрати підприємства**

Сутність понять витрати, поточні й капітальні витрати підприємства, виробнича собівартість продукції. Класифікація поточних витрат.

Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення.

Поняття та методи калькулювання продукції підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування поточних витрат підприємства.

### **Тема 12. Доходи та цінова політика підприємства**

Доходи підприємства: сутність та класифікація. Особливості та механізм формування доходів від операційної діяльності підприємства.

Цінова політика підприємства як фактор формування його доходів від реалізації продукції: сутність та етапи розроблення. Методи ціноутворення.

Методологічні засади аналізу та планування доходів підприємства.

### **Тема 13. Фінансові результати діяльності підприємства**

Поняття і класифікація фінансових результатів діяльності підприємства. Сутність, функції та механізм формування прибутку підприємства.

Методологічні засади аналізу та планування прибутку підприємства.

Резерви зростання прибутку підприємства.

Використання чистого прибутку підприємства.

### **Тема 14. Конкурентоспроможність підприємства**

Сутність, види та методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Систематизація факторів, що її визначають. Методи оцінки поточної та стратегічної конкурентоспроможності підприємства.

### **Тема 15. Фінансово-майновий стан підприємства і методи його оцінювання**

Фінансово-майновий стану підприємства: сутність та види. Поняття й методи оцінки окремих елементів фінансово-майнового стану підприємства.

Експрес- та фундаментальна діагностика фінансово-майнового стану підприємства. Інтегральне оцінювання фінансово-майнового стану підприємства.

### **Тема 16. Ефективність діяльності та методичні засади її оцінки**

Поняття ефекту діяльності підприємства та характеристика його видів. Методологічні засади оцінки ефективності діяльності підприємства. Розвиток концепції оцінювання результатів здобутків підприємства. Поняття ефективності, результативності та економічності.

### **Тема 17. Сучасні теорії та моделі розвитку підприємства. Трансформація (реструктуризація) підприємств у процесі розвитку**

Поняття «розвиток», його роль, місце і значення в господарській діяльності. Видова класифікація процесів розвитку. Концепції та моделі розвитку підприємств. Основні організаційні форми розвитку (трансформації) підприємства. Методичні підходи до визначення ефективності трансформації господарюючих суб'єктів.

### **Тема 18. Економічна безпека підприємства та його антикризова діяльність**

Сутність та методи оцінювання рівня економічної безпеки підприємства. Механізм забезпечення економічної безпеки підприємства.

Сутність і фази розгортання кризи. Банкрутство підприємства як результат розвитку кризових явищ у його діяльності.

Загальна характеристика процесу ліквідації збанкрутілого суб'єкта господарювання. Санація: цілі та форми проведення. Класифікація санаційних заходів.

## **Розділ II. МЕНЕДЖМЕНТ**

### **Тема 1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності**

Еволюція поглядів на сутність менеджменту. Сутність та співвідношення категорій «управління», «менеджмент», «адміністрування», «керування». Менеджмент як система наукових знань, практична діяльність та мистецтво управління.

Передумови виникнення науки управління. Еволюція наукових концепцій менеджменту: наукового управління, адміністративного управління, управління з позиції психології і людських відносин, з

позицій науки про поведінку. Сутнісна характеристика процесного, системного, ситуаційного та комплексного підходів до управління.

Сфери менеджменту: виробництво, фінанси, кадри, облік, збут, зовнішньоекономічна діяльність. Функціональні види менеджменту. Соціально-економічна природа управлінської праці.

Рівні менеджерів: CEO, вищий середній та низовий. Ролі менеджера за Г. Мінцбергом. Менеджер та підприємець: спільні та відмінні риси.

Зміни парадигми менеджменту. Особливості менеджменту в економічно розвинених країнах. Глобалізація менеджменту. Менеджмент у світі електронного бізнесу. Гуманізація управління. Менеджмент знань. Партисипативне управління. Загальне управління якістю. Об'єднання інтересів бізнесу, суспільства і людини.

## **Тема 2. Організація як об'єкт управління**

Сутність, роль та місце теорії організації в системі наукових знань. Цілі, функції та основні категорії теорії організації. Закони та принципи організації.

Основоположні ідеї теорії організації. Принципи наукового управління Ф. У. Тейлора, принципи організації А. Файоля та раціональної бюрократії М. Вебера. Теорії організаційної поведінки.

Моделі організації: класична, бюрократична, неокласична, інституційна, системна, процесна, соціотехнічна.

Сутність і генезис поняття «організація»: статичний та динамічний аспекти. Системний підхід в теорії організації: сутність та принципи. Поняття керуючої та керованої підсистем в організації. Модель організації як відкритої системи: «вхід», процес перетворення, «вихід». Різновиди організацій в суспільстві: органічні та механістичні, прості та складні, формальні та неформальні.

Поняття та складові внутрішнього середовища організації: цілі, завдання, структура, технологія, персонал. Зовнішнє середовище організації: мікро- та макрооточення.

Основні концепції еволюційного розвитку організацій. Характеристика основних стадій життєвого циклу організації.

## **Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту**

Поняття та різновиди закону в менеджменті: спеціалізації, інтеграції та демократизації управління, співвідношення керуючої та керованої підсистем, закон пропорційного розвитку системи управління, закон економії часу в процесі управління.

Закономірності в менеджменті, поняття та різновиди: відповідності цілям; відповідності організації системі зовнішнього

середовища; інтеграції управління; економії часу; інерції систем; еластичності систем; безперервного удосконалення систем.

Сутність та різновиди принципів менеджменту: цілеспрямованості, врахування потреб та інтересів, ієрархічності, взаємозалежності, динамічної рівноваги, економічності, системності, системності. єдиновладдя. Взаємозв'язок між законами, закономірностями та принципами менеджменту.

#### **Тема 4. Функції менеджменту та процес управління**

Функції менеджменту: сутність та особливості формування. Класифікація та характеристика функцій менеджменту: загальні (основні) та конкретні (спеціальні): особливості формування та застосування.

Механізм реалізації функцій менеджменту в організації. Поняття управлінських задач та операцій.

Процес управління в організації: поняття та складові. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Операції та процедури процесу управління як складові реалізації управлінського циклу: цільовизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотній зв'язок.

Сутність та складові технології менеджменту. Види технологій менеджменту та їх взаємозв'язок.

#### **Тема 5. Планування як загальна функція менеджменту**

Сутність функції менеджменту «Планування» та місце в системі менеджменту. Принципи та цілі функції «Планування». Розвиток моделей планування підприємницької діяльності.

Поняття місії та цілей в організації. Концепція «управління за цілями» в менеджменті. Класифікація цілей в організації. Процес цілевстановлення (постановки цілей).

Процес, види та результати планування в менеджменті. Зміст та етапи процесу планування. Особливості стратегічного і тактичного (поточного і оперативного) планування. Сутність та різновиди стратегій. Тактика та політика як результат тактичного планування. Процедури та правила як результат поточного та оперативного планування. Бізнес-планування в менеджменті: сутність та особливості.

Методи організаційно-економічного планування. Взаємозв'язок планування з іншими функціями менеджменту.



## **Тема 6. Організування як загальна функція менеджменту**

Сутність функції «Організування», її місце в системі менеджменту. Поняття повноважень, їх структура та типи: лінійні, штабні, функціональні. Поняття про скалярний процес, скалярний ланцюг. Процес делегування повноважень в менеджменті. Документальні форми закріплення повноважень.

Елементи проектування організацій. Сутність горизонтальної та вертикальної координації:

Структура організації: зміст поняття, значення та функції. Механістичний та органічний підходи до формування організаційних структур управління. Різновиди та взаємозв'язок структур організації. Основні елементи ОСУ. Структура апарату управління організації.

Типи ОСУ в менеджменті. Лінійні та функціональні ОСУ. Матричні та дивізійні ОСУ. Нові типи ОСУ: едхократичні, багатомірні, партисипативні, підприємницькі, орієнтовані на ринок.

Принципи та фактори побудови ОСУ. Методи вибору раціональних ОСУ. Критерії та показники оцінки ефективності ОСУ.

Взаємозв'язок організування з іншими функціями менеджменту.

## **Тема 7. Мотивування як загальна функція менеджменту**

Поняття мотивації та її місце в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції «Мотивування» в організації. Відмінність між поняттями «мотив» та «стимул», «мотивування» та «стимулювання» в менеджменті. Сутність, різновиди та ієрархія потреб. Взаємозв'язок між потребами, інтересами та цілями працівників у процесі мотивування.

Теорії мотивації в менеджменті: змістовні та процесуальні. Співставлення теорій мотивації та їх застосування в менеджменті.

Види мотивації в менеджменті: матеріальна та нематеріальна. Поняття та складові мотиваційного механізму в менеджменті. Винагорода та типи винагород в менеджменті.

Взаємозв'язок процесу мотивування з іншими функціями менеджменту.

## **Тема 8. Контролювання як загальна функція менеджменту**

Поняття контролю та його місце в системі менеджменту. Принципи, цілі та значення функції «Контролювання».

Суб'єкти та об'єкти контролю в менеджменті. Види управлінського контролю в організації: попередній, поточний, заключний.

Форми управлінського контролю. Етапи процесу контролювання. Модель процесу контролювання.

Ефективність контролю в менеджменті: поняття, показники та критерії оцінювання. Зворотній зв'язок як засіб забезпечення ефективного контролю в менеджменті. Контроль поведінки працівників підприємства.

Взаємозв'язок контролювання з іншими функціями менеджменту.

### **Тема 9. Регулювання як загальна функція менеджменту**

Поняття регулювання та його місце в системі менеджменту. Зміст, принципи та цілі функції «Регулювання».

Суб'єкти та об'єкти регулювання в менеджменті. Види регулюючого впливу в менеджменті: стабілізуюче, розпорядницьке та дисциплінарне регулювання.

Етапи процесу регулювання та їх характеристика. Роль та значення регламентів, норм та інструкцій в процесі регулюючих дій менеджера.

### **Тема 10. Методи менеджменту**

Сутність та особливості формування методів менеджменту. Класифікація методів менеджменту за різними ознаками. Різновиди методів менеджменту за характером впливу.

Зміст та класифікація економічних методів менеджменту. Зміст та класифікація організаційно-розпорядчих методів менеджменту: розпорядчі та організаційно-стабілізуючі. Зміст та класифікація соціально-психологічних методів менеджменту.

Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту. Ефективність застосування методів менеджменту.

### **Тема 11. Управлінські рішення**

Сутність управлінських рішень як результату управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень за різними ознаками. Рівні прийняття рішень: індивідуальний та організаційний.

Поняття і моделі прийняття управлінських рішень. Моделі теорії прийняття рішень. Процес прийняття управлінських рішень в організації.

Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.

Методи пошуку та обґрунтування рішень. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів рішень: індивідуальні та

колективні. Методи обґрунтування управлінських рішень: кількісні та якісні. Інструменти обґрунтування управлінських рішень.

Методи прийняття та реалізації рішень. Експертні методи прийняття рішень. Зміст процесу ухвалення рішень. Типи рішень. Раціональний підхід до ухвалення рішень. Етика та ухвалення рішень. Оформлення управлінських рішень. Методи підвищення якості процесу прийняття та реалізації управлінських рішень.

## **Тема 12. Інформація та комунікації в менеджменті**

Зміст, призначення та роль інформації в процесі прийняття управлінських рішень. Носії та користувачі управлінської інформації. Вимоги до інформації. Використання інформації в процесі прийняття рішень менеджерами різних управлінських рівнів.

Поняття, роль та різновиди комунікацій в організації. Комунікаційні мережі в організації: міжособистісні та групові. Невербальні комунікації в менеджменті. Засоби комунікацій. Комунікаційні стилі в менеджменті.

Комунікаційний процес: сутність, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Перешкоди в комунікаціях. Зворотній зв'язок у процесі комунікації. Комунікаційні переваження.

Ефективність управлінських комунікацій: поняття, показники та критерії оцінювання. Трансакції в підвищенні ефективності комунікацій в менеджменті.

## **Тема 13. Керівництво та лідерство**

Поняття керівництва в менеджменті. Фактори та аспекти керівництва.

Сутність та значення влади в менеджменті. Форми впливу та влади в організації. Джерела влади в організації.

Поняття, концепції та моделі лідерства в менеджменті. Теорії лідерства. Риси ефективного лідерства. Стилi лідерства.

Типологія лідерів в організації: харизматичний, ситуативний та синтетичний лідер. Концепції лідерства: особистісних якостей та лідерської поведінки. Сучасні моделі лідерства: атрибутивна, харизматична, перетворююча (реформаторська). Лідерство в побудові команди.

Поняття стилю керівництва в організації. Класифікація стилів керівництва: демократичний, ліберальний, авторитарний. Континуум стилів керівництва. «Гратка» менеджменту.

## **Тема 14. Організація праці менеджера**

Сутність та критерії ефективного самоменеджменту. Життєва позиція особистості. Саморозвиток та кар'єра особистості менеджера.

Планування особистої діяльності менеджера. Розподіл та кооперації управлінської діяльності. Зміст та значення субординації в апараті управління. Поняття та методи нормування управлінської діяльності.

Особливості часу як ресурсу. Формування та розвиток концепції тайм-менеджменту.

Ділове спілкування в менеджменті: сутність, значення та різновиди. Технологія проведення нарад та зборів, виступу, презентації, комерційних переговорів. Ораторське мистецтво менеджера.

Розвиток менеджера як особистості. Формування професійно-ділових, адміністративно-організаційних, соціально-психологічних та моральних якостей менеджера.

Сутність, види, напрями та бар'єри розвитку менеджерського потенціалу. Різновиди потенціалу особистості. Типи творчої особистості.

Конфлікти у діяльності менеджера: сутність і види. Методи подолання конфліктних ситуацій. Стратегія і тактика взаємодії в конфліктних ситуаціях.

## **Тема 15. Відповідальність та етика в менеджменті**

Сутність та значення відповідальності в менеджменті. Види відповідальності: економічна, юридична, етична, соціальна, прийняття на себе відповідальності.

Види соціальної відповідальності працівників: моральна, професійна, громадянська. Поняття та роль соціально-відповідальної поведінки менеджерів.

Етичні норми у сучасному менеджменті. Поняття етичної поведінки. Види етичних підходів у менеджменті. Причини неетичної поведінки працівників.

Кодекс ділової етики в організації. Репутація менеджерів різних рівнів управління.

## **Тема 16. Культура організації та менеджменту**

Зміст поняття «організаційна культура», її завдання, властивості та функції. Рівні організаційної культури.

Елементи та фактори організаційної культури.

Моделі та типологія організаційних культур. Характеристика типів культури за ознакою конкуруючих цінностей.

Організаційна культура і субкультури.

Імідж організації як прояв організаційної культури. Репутація організації: її сутність та взаємозв'язок із культурою та іміджем.

Зміст поняття «культура менеджменту»: її елементи та процес формування. Сфери взаємодії між культурою менеджменту та культурою організації.

### **Тема 17. Результативність та ефективність менеджменту**

Поняття та зміст результативності та ефективності менеджменту. Підходи до визначення результативності менеджменту та ефективності менеджменту.

Видова класифікація ефективності менеджменту організації. Показники економічної, організаційної та соціальної ефективності управління, їх склад, методи визначення і оцінка. Види ефективності функціонування організації.

Показники та критерії ефективності менеджменту. Комплексний підхід щодо удосконалення системи менеджменту в організаціях. Система локальних показників оцінки ефективності менеджменту.

## **Розділ III. МАРКЕТИНГ**

### **Тема 1. Сутність та зміст маркетингу як управлінської концепції та сфери діяльності**

Визначення маркетингу. Сучасні наукові підходи до розуміння сутності маркетингу. Провідні категорії маркетингу. Передумови виникнення маркетингу. Еволюція концепції маркетингу. Зміна поглядів на роль маркетингу в управлінні підприємством. Роль маркетингу в підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Цілі, принципи і функції маркетингу на макро- та мікрорівнях. Види маркетингу.

### **Тема 2. Маркетингове середовище**

Поняття і структура маркетингового середовища. Макро- й мікросередовище маркетингу. Чинники макросередовища маркетингу. Елементи мікросередовища маркетингу. Внутрішнє середовище підприємства. Основні функціональні зони діяльності підприємства: маркетинг, дослідження і розробки, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення, виробництво, збут, персонал, фінанси. Комплекс маркетингу 4P's як чинник внутрішнього середовища маркетингу.

### **Тема 3. Маркетингове поняття ринку та його основні характеристики**

Маркетингове поняття ринку як сукупності реальних і потенційних покупців товарів та послуг. Функції ринку. Місткість і частка ринку. Поняття ринкового попиту. Способи оцінки й прогнозування попиту.

Поняття кон'юнктури ринку. Показники кон'юнктури ринку. Оцінка стану кон'юнктури. Поняття інфраструктури ринку та її елементи.

Ринки споживчих товарів та товарів виробничого призначення. Класифікація ринків.

Модель купівельної поведінки споживача. Чинники впливу на поведінку споживача. Характеристики споживача. Етапи процесу прийняття рішення про купівлю.

Поняття сегменту й сегментації ринку. Критерії сегментації ділових і споживчих ринків. Вибір цільових сегментів та формування цільового ринку. Позичування товару на цільовому ринку.

### **Тема 4. Товар у системі маркетингу**

Маркетингова товарна політика, її зміст та завдання.

Товар як ключовий елемент комплексу маркетингу. Рівні товару. Класифікація товарів. Поняття номенклатури товарів та товарного асортименту. Стратегії управління асортиментом. Життєвий цикл товару. Характеристика маркетингової діяльності на різних етапах життєвого циклу товару. Якість та конкурентоспроможність товару.

Поняття торгової марки. Управління торговими марками. Упаковка, гарантії та сервіс як складові маркетингової товарної політики.

### **Тема 5. Ціна в системі маркетингу**

Маркетингова цінова політика, її зміст та завдання.

Категорія ціни, її історична генеза. Функції ціни в ринковій економіці. Склад і структура ціни. Класифікація цін.

Етапи процесу ціноутворення. Фактори ціноутворення. Цілі цінової політики. Цінові стратегії. Методи ціноутворення. Диференціація цінових пропозицій. Тактика ціноутворення.

### **Тема 6. Маркетингова збутова діяльність**

Маркетингова збутова політика в системі маркетингу підприємства, її зміст та завдання. Передумови виокремлення збутової діяльності в системі маркетингу підприємства. Функції збуту. Основні типи збутових потоків. Товарорух або маркетингова логістика. Етапи управління товарорухом.

Переваги та недоліки прямого й опосередкованого збуту.

Служба збуту на підприємстві. Організаційна структура служби збуту. Етапи управління створенням і функціонуванням служби збуту.

Поняття про канал розподілу. Характеристики каналів розподілу. Місія торгових посередників. Типи і характеристика посередників. Умови вибору каналів розподілу. Маркетингові системи розподілу: вертикальні (адміністративні, договірні, корпоративні) та горизонтальні. Етапи управління створенням і функціонуванням системи каналів розподілу. Оптова торгівля та роздрібна торгівля: функції, форми, сучасні особливості.

### **Тема 7. Система маркетингових комунікацій**

Поняття, цілі та завдання маркетингових комунікацій. Класична модель здійснення маркетингових комунікацій. Класифікація маркетингових комунікацій. Етапи управління маркетинговими комунікаціями. Наукові підходи до оцінювання ефективності комунікацій.

Поняття й ознаки реклами. Класифікація реклами. Основні різновиди носіїв реклами. Поняття та основні етапи рекламної кампанії.

Поняття стимулювання збуту. Засоби стимулювання збуту, спрямовані на споживачів, торгових посередників та власний торговий персонал.

Поняття прямого маркетингу. Форми прямого маркетингу.

Поняття і завдання зв'язків з громадськістю (PR). Основні інструменти зв'язків з громадськістю. Способи співпраці із засобами масової інформації.

### **Тема 8. Управління маркетинговою діяльністю**

Поняття управління маркетинговою діяльністю. Функції управління маркетингом, інформаційне забезпечення, планування, організація та контроль маркетингової діяльності.

Поняття й структура маркетингової інформаційної системи. Зовнішня та внутрішня, первинна і вторинна маркетингова інформація.

Маркетингові дослідження: сутність та основні етапи. Цілі й об'єкти маркетингових досліджень. Кількісні та якісні методи маркетингових досліджень. Вибір методів дослідження. Інструменти отримання маркетингової інформації.

Планування маркетингової діяльності: сутність, завдання й етапи. Класифікація маркетингового планування. Методи планування. Призначення, основні розділи та порядок розробки плану маркетингу підприємства. Маркетингові стратегії: сутність і класифікація. Тактика маркетингу.

Організація маркетингової діяльності: сутність, принципи та етапи формування.

Контроль маркетингової діяльності. Методи аудиту маркетингу. Основні показники ефективності маркетингу.

## **КРИТЕРІЇ**

### **оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра**

#### **1. Загальні положення:**

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок вступників згідно з вимогами програми вступного фахового випробування.

#### **2. Структура екзаменаційного білета:**

Екзаменаційний білет з фахового випробування складається з 50-ти закритих тестових завдань.

#### **3. Критерії оцінювання:**

- Рівень знань оцінюється за 200-баловою шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання вступнику слід обрати одну правильну.
- Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали, а неправильна – у 0 балів.
- Особи, які отримали менше 100 балів до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.

## **СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ**

### **До розділу І. Економіка підприємства**

1. Бланк І.О. Управління фінансами підприємств : підручник / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, В.С. Андрієць. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 792 с.
2. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Г.О. Швиданенко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 816 с.
3. Економіка підприємства : підручник / І.О. Чаюн, Г.М. Богославець, Л.Л. Стасюк [та ін.] ; за заг. ред. Н.М. Ушакової. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.
4. Фінанси підприємства : підручник / Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва, Н.А. Гринюк [та ін.]. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 491 с.
5. Яркіна Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Яркіна – Київ : Ліра-К, 2015. – 498 с.



## **До розділу II. Менеджмент**

1. Безус А. М. Менеджмент: навч. посіб. / А. М. Безус . – К.: АМУ, 2015. – 268 с.
2. Кузьмін О. Є. Менеджмент. Навчальний посібник / О. Є. Кузьмін, Н. Т. Мала, О. Г. Мельник, О. Р. Саніна. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
3. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А.А. Мазаракі; Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
4. Осовська Г.В. Менеджмент : підручник / Г.В.Осовська, О.А.Осовський. - К. : Кондор-Видавництво, 2015. – 563 с.
5. Федоренко В. Г. Менеджмент : підручник / В. Г. Федоренко. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Алерта, 2015. – 492 с.

## **До розділу III. Маркетинг**

1. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. – Вид. 3-тє, перероб. і допов. – Київ : КНЕУ, 2011. – 543 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. ; СПб. ; Київ : Вильямс, 2011. – 488 с.
3. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Е.Н. Берковіць ; ред.-упоряд. : О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – 4-тє вид. – Київ : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2009. – 646 с.
4. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2015. – 728 с.
5. Маркетинг : підручник / М.М. Єрмошенко [та ін.] ; за заг. ред. М.М. Єрмошенка, С.А. Єрохіна. – Київ : Нац. акад. упр., 2011. – 631 с.