

**Міністерство освіти і науки України
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету**

Кафедра менеджменту та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ



Голова приймальної комісії

Наталія Замкова
Наталія ЗАМКОВА

10 березня 2021 р.

**ПРОГРАМА
вступних фахових випробувань**

Освітній ступінь	«бакалавр»
галузь знань	07 «Управління і адміністрування»
спеціальність	073 «Менеджмент»
освітня програма	«Менеджмент організацій» «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Вінниця 2021

1. ВСТУП

Програму вступних фахових випробувань для здобуття освітнього ступеня «бакалавр» галузі знань 07 «Управління і адміністрування» за спеціальністю 073 «Менеджмент» освітніх програм «Менеджмент організацій» «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра.

Вступне фахове випробування складається з тестової перевірки якості знань і проводиться з метою виявлення рівня підготовки вступника, визначення ступеня володіння професійними знаннями для подальшого опанування освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент».

Розділи програми вступних фахових випробувань підготовлені на основі програм дисциплін, що увійшли до складу вступних випробувань.

На вступні фахові випробування виносяться наступні дисципліни:

1. Менеджмент.
2. Маркетинг.
3. Економічна теорія.

Програма вступних фахових випробувань складається з наступних розділів:

1. Вступу.
2. Основного змісту.
3. Критеріїв оцінювання, структури оцінки і порядку оцінювання підготовленості вступників.
4. Списку рекомендованих джерел.

2. ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Розділ 1. Менеджмент

Сутність управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Менеджмент як професійна діяльність, наука та навчальна дисципліна. Цілі та завдання менеджменту. Управлінські відносини як предмет вивчення менеджменту. Їх класифікація за суб'єктом, обсягом влади, способом спілкування залежно від регламентованості. Розвиток теорії і практики менеджменту. Підхід до управління з позицій виділення різних шкіл (наукового менеджменту, адміністративного управління, людських стосунків, поведінських наук, кількісного підходу). Процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті.

Поняття організації. Формальні та неформальні, прості та складні організації. Види організацій в Україні. Загальні риси організацій. Організація як відкрита система. Основні підсистеми. Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних, фази життєвого циклу організації. Зовнішнє середовище організації - загальні характеристики (взаємозалежність факторів, складність, рухомість, невизначеність середовища). Фактори прямої та непрямой дії. Імідж підприємства. Загальні принципи: плановість, науковість, співвідношення галузевого та територіального управління, поєднання централізованого регулювання з господарчою самостійністю, єдиноначальність та колегіальність, самоуправління, стимулювання.

Принципи управління. Поняття функцій менеджменту, їх класифікація. Характеристика основних (загальних) та часткових функцій менеджменту, зв'язок між ними. Взаємозв'язок планування, організації, мотивації, контролю та координації. Сутність функції планування. Процес стратегічного планування. Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність.

Сутність мотивування. Основні її компоненти: мотиви і стимули. Змістовні теорії мотивування (теорія Маслоу, модель Герцберга). Процесуальні теорії мотивування (теорія очікувань; теорія справедливості). Сутність і елементи управлінського контролювання. Форми управлінського контролювання: попередній, поточний та заключний. Принципи ефективного контролювання. Сутність координування. Етапи координування: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, коригування рішень.

Делегування діяльності: суть, переваги, оптимальні умови використання. Перешкоди у делегуванні (з боку керівників та виконавців) та шляхи їх подолання. Лінійні та функціональні повноваження. Елементи організаційних структур. Класифікація організаційних структур управління. Лінійні та функціональні структури управління. Комбіновані організаційні структури: лінійно-функціональні, лінійно-штабні, дивізійні, матричні.

Сутність методів менеджменту та їх класифікація. Адміністративні методи менеджменту: організаційні (регламентування, нормування, інструктування), розпорядчі (накази, розпорядження, постановка завдань,

інструктування, координація робіт). Економічні методи менеджменту: стимули, податки, фінанси, кредит, бюджет, ціни, тарифи. Соціальні методи: управління окремими груповими явищами і процесами; управління індивідуально-особистою поведінкою. Психологічні методи: методи формування і розвитку трудового колективу, методи гуманізації стосунків у трудовому колективі, методи психологічного спонукання, методи професійного відбору і навчання.

Сутність та класифікація проблем. Сутність та класифікація управлінських рішень.

Суть, класифікація управлінської інформації. Кількісні та якісні характеристики управлінської інформації. Методи збирання та обробки інформації. Групування та систематизація; моделювання (моделі вербальні, фізичні, аналогові, математичні); експеримент. Використання методів інших наук. Значення комунікації. Види комунікацій в управлінні.

Колектив як соціальна група. Ознаки колективу: спільність мети, єдність інтересів, організаційна оформленість, постійне спілкування у процесі роботи, соціально-психологічна спільність. Функції та повноваження трудових колективів. Різновиди колективів. Структура трудового колективу. Реальна структура: виробничо-функціональна, соціально-психологічна. Умовна структура: професійно-кваліфікаційна, соціально-демографічна.

Розвиток трудового колективу: стадія формування, диференціації та інтеграції. Згуртованість колективу: суть, стадії та рівні. Колективи згуртовані, розчленовані та роз'єднані. Показники згуртованості. Фактори, що впливають на згуртованість (загальні та специфічні), роль менеджера. Соціально-психологічний клімат трудового колективу, його суть та формування. Сумісність у колективі.

Конфлікт, його сутність, об'єктивні та суб'єктивні передумови конфлікту. Функціональні та дисфункціональні наслідки конфлікту. Причини виникнення конфліктів, їх види та профілактика конфліктів. Модель процесу конфлікту. Аналіз конфліктної ситуації. Розрізнення причин та приводів. Виявлення інтересів опонентів. Конструктивне вирішення конфліктів. Стреси в управлінні.

Причини та прояви опору змінам. Типи психологічних бар'єрів. Передумови позитивного ставлення до нововведень. Подолання індивідуального та групового опору змінам (інформування, навчання, співучасть, особистий вплив, стимулювання, звільнення).

Керівництво в організації. Особистий вплив і влада. Необхідність влади в управлінні. Баланс влади. Форми влади і впливу. Класифікація основ влади: заснована на примушенні, винагороді, законна влада, влада прикладу, влада експертних знань, влада через переконання. Порівняльна характеристика різних методів впливу на підлеглих. Лідерство як соціально-психологічне явище. Роль лідера в управлінні колективом. Формальне та неформальне лідерство. Стили керівництва: автократичний, демократичний, ліберальний. Культура управління та її складові елементи. Соціальна відповідальність керівника, її сутність та складові.

Менеджмент персоналу як соціальна система. Різновиди соціальних груп, поведінка людей у групах. Формальні та неформальні групи. Різновиди колективів, їх структура та динаміка. Згуртованість колективу, соціально-психологічний клімат. Соціальний розвиток колективу. Кадрова політика організації. Служби персоналу, їх різновиди та функції. Кадрове планування. Професія, спеціальність, посада. Профорієнтація. Добір кадрів, наймання персоналу, трудова адаптація. Оцінювання та атестація персоналу. Психологічний аналіз особи працівника. Вивільнення персоналу, плинність кадрів.

Особливості управлінської праці, її складові. Принципи та напрями наукової організації управлінської праці. Час як ресурс. Планування особистої праці, організація робочого місця менеджера. Робота з текстовими матеріалами. Організація і проведення нарад та зборів. Ділові зустрічі, переговори. Управління потоком відвідувачів. Раціоналізація телефонних контактів. Основи взаємодії керівника та секретаря. Використання технічних засобів управління. Документи, їх функції та різновиди, система документації. Види потоків документів. Порядок проходження та виконання документів.

Ефективність менеджменту: економічні та соціальні аспекти. Критерії та показники оцінки. Співвідношення результатів діяльності та витрат. Система показників. Загальний процес управління ефективністю. Критерій результативності та розвитку організаційної системи. Пріоритетність продуктивності. Взаємозв'язок факторів: розмір підприємства, цілі та функції, технологічні процеси, стадії розвитку, ступінь адаптованості.

Розділ 2. Маркетинг

Зміст, завдання та структура навчального курсу «Маркетинг», його теоретичні й методологічні основи, зв'язок із спеціальними дисциплінами, що формують систему економічних знань майбутнього фахівця. Історичні передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління діяльністю підприємства. Приклади застосування маркетингових підходів до ведення бізнесу. Головні поняття, які становлять теоретичну основу маркетингу. Сутність маркетингу, еволюція його визначення. Визначення та сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу: потреба (види потреб), попит, обмін (умови здійснення), угода (види угод), ринок (показники, що його характеризують), сегмент ринку, комплекс складових маркетингу (товар, ціна, збуту, комунікації). Основні цілі та принципи маркетингу. Різновиди та завдання маркетингу підприємства як способу ефективного управління діяльністю. Система маркетингу, її мета та цілі. Концепції діяльності підприємства на ринку. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності. Аналіз маркетингових можливостей підприємства.

Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні. Маркетинг як система ведення бізнесу. Взаємодія сукупності елементів системи маркетингу підприємства. Поняття середовища маркетингу та його дослідження. Застосування результатів дослідження для досягнення успіху на

ринку. Фактори мікросередовища та макросередовища маркетингу. Поняття соціального маркетингу, консьюмеризму, біхевіоризму.

Значення інформації для прийняття маркетингових рішень. Маркетингова інформація та маркетингова інформаційна система: поняття і класифікація. Вимоги до маркетингової інформаційної системи. Класифікація маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація, переваги і недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання. Методи збору первинної маркетингової інформації. Поняття вибірки, принципи її формування. Маркетингові дослідження: сутність, практика організації проведення на зарубіжних та вітчизняних ринках. Структура, види маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень: аналіз документів, спостереження, опитування, експеримент. Інструментарій, що застосовується під час проведення маркетингових досліджень. Анкети в маркетингових дослідженнях. Вимоги до розробки анкет. Типи запитань в анкетах. Джерела маркетингової інформації. Створення листів опитування. Розробка робочого плану маркетингових досліджень. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формулювання мети досліджень, складання плану досліджень, збір маркетингової інформації, аналіз та інтерпретація даних, підготовка та подання звіту (розробка рекомендацій). Методичні засади комплексного маркетингового дослідження ринку.

Поняття «споживчий ринок», «ринок організацій-споживачів». Класифікація потреб суб'єктів ринку. Фактори, що впливають на поведінку покупців. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів. Теорії мотивацій, що найчастіше використовуються для аналізу поведінки споживачів. Сутність понять цінності, сприйняття, ризик, стимули, запити і переваги, категорії товарів відповідно до звичок споживачів, орієнтація, емоції. Класична модель «економічного споживача». Особливості купівлі товарів виробничого призначення. Типи ситуацій при здійсненні закупівель для потреб підприємства. Етапи прийняття рішення щодо придбання продукції виробничого призначення: усвідомлення проблеми, узагальнений опис потреб, пошук постачальника, запити пропозицій, вибір постачальника, обґрунтування процедури отримання замовлення, оцінка роботи постачальника. Критерії вибору постачальників. Сутність, вимоги і цілі сегментації ринку. Основні принципи сегментації споживчих ринків: соціально-економічний, географічний, поведінковий, демографічний, психографічний. Ознаки сегментації ринку покупців-підприємств: географічний, галузевий, за розміром, за системою організації закупівель, за обсягами замовлень. Етапи процесу сегментування ринку. Оцінка і відбір цільових ринків. Вибір найпривабливіших для підприємства сегментів ринку та стратегії охоплення ринку: недиференційований маркетинг, диференційований маркетинг, концентрований маркетинг.

Сутність, цілі, завдання маркетингової товарної політики підприємства. . Види товарів, характеристика споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг. Рівні товару. Концепція життєвого циклу товару.

Характеристика етапів життєвого циклу. Зміст діяльності та особливості маркетингу на кожному етапі життєвого циклу товару: впровадження товару на ринок, зростання обсягів продажу, зрілості (зростаючої, стабільної, спадаючої), падіння обсягів збуту. Основні етапи розробки нових товарів. Впровадження нових товарів на ринок та основні причини поразок. Значення пробного маркетингу. Поняття товарного асортименту і номенклатури продуктів, показники оцінки (глибина, широта, насиченість, гармонійність, стійкість, коефіцієнт оновлення). Торговельна марка, її складові, вимоги до марочних товарів. Поняття та значення брендингу. Упаковка товару. Штрихове кодування інформації. Види сервісного обслуговування, його принципи. Поняття якості та конкурентоспроможності товару. Позичування товару на ринку.

Роль і значення ціни. Теорія еластичності попиту і ціни. Класифікація цін. Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі ціноутворення: максимізація прибутку, збільшення частини ринку, забезпечення виживання підприємства. Визначальні фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства: витрати, попит, рівень конкуренції, державне регулювання цін, особливості системи збуту. Особливості встановлення цін на ринках різних типів. Етапи процесу ціноутворення. Види цінових стратегій: стратегії високих, низьких цін, цін на принципово нові товари, цін на товари-імітатори, неокруглених цін, єдиних цін, гнучких цін, стратегії у межах товарного асортименту (цінових ліній, цін на товари, що доповнюють, на комплектуючі товари). Цінова дискримінація. Умови їх застосування. Методи ціноутворення. Встановлення ціни з урахування якості продукції, вивчення попиту споживачів, економічних та психологічних можливостей покупців, розрахунку витрат, порівняння з цінами на аналогічні товари конкурентів, визначення етапу життєвого циклу товару, співвідношення цін між товарами та їх модифікаціями, сезону та регіону реалізації продукції. Залежність цін від відношень між партнерами. Види знижок, націнок, надбавок.

Сутність, значення та завдання політики розповсюдження як складової системи маркетингу. Взаємодія підсистем системи розповсюдження. Підходи до визначення понять «збутова політика», «політика розподілу» та «політика розповсюдження». Складові системи товароруху. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Маркетингові системи розповсюдження (традиційні, багатоканальні, горизонтальні, вертикальні). Розвиток вертикальних маркетингових систем збуту, їх різновиди (керовані, корпоративні, договірні). Особливості договірних вертикальних маркетингових систем збуту (добровільні об'єднання роздрібних торговців під егідою оптовиків, підприємств-утримувачів привілеїв, кооперативів роздрібних торговців). Формування маркетингового каналу розповсюдження. Характеристика методів оцінки та вибору каналів розповсюдження. Взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики. Формування міжнародних каналів розповсюдження.

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій. Характерні особливості маркетингових комунікацій: види реклами, методи стимулювання збуту, персонального продажу, зв'язків з громадськістю. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації. Фактори, що визначають структуру комунікаційних заходів: тип товару, етап життєвого циклу товару, ринку, вид стратегії збуту, ступінь інформованості покупців. Роль реклами як найбільш поширеного комунікаційного засобу. Класифікація реклами залежно від її цілей. Переваги та недоліки основних носіїв реклами. Зв'язки з громадськістю як елемент маркетингових комунікацій підприємства. Переваги і недоліки публік рілейшнз. Стимулювання збуту. Переваги та недоліки засобів стимулювання збуту. Персональний продаж у комплексі маркетингових комунікацій. Поняття прямого маркетингу. Інструменти прямого маркетингу. Інші інструменти комунікації. Спонсорвання. Брендінг. Виставки та ярмарки.

Організація маркетингової діяльності підприємства. Алгоритм формування маркетингової організаційної структури підприємства. Характеристики, особливості та умови застосування функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційної структури. Призначення, переваги та недоліки моделей побудови відділів маркетингу. Лінійна карта розподілу функціональних обов'язків. Контроль маркетингової діяльності підприємства. Показники контролю річних планів розповсюдження. Показники контролю ефективності маркетингових заходів. Показники контролю прибутковості. Аналіз результатів маркетингової діяльності підприємства. Маркетинговий аудит. Процес аудиту. Основні напрями маркетингового аудиту.

Розділ 3. Економічна теорія

Становлення і основні етапи розвитку економічної теорії. Меркантилісти. Фізіократи. Класична політична економія. Марксизм. Маржиналізм. Неокласичний, кейнсіанський та інституціонально-соціологічний напрями, неокласичний синтез.

Предмет економічної теорії та еволюція. Його трактування від традиційної (класичної) політекономії до сучасної економічної науки. Макро- і мікроекономіка як складові частини економічної теорії. Позитивна економічна теорія. Нормативна економічна теорія.

Функції економічної теорії. Місце економічної теорії в системі конкретно-економічних наук.

Категоріально-понятійний апарат економічної теорії. Економічні категорії та економічні закони. Їх сутність, зміст, види. Форми пізнання та використання економічних законів.

Методи пізнання економічних процесів та явищ. Загально-наукові та спеціальні методи пізнання. Емпіричні та теоретичні методи пізнання економічних процесів. Економіко-математичне моделювання, економічний експеримент.

Економічне мислення та його роль у розумінні економічного життя суспільства. Взаємозв'язок економічної теорії, економічної політики та господарської практики. Економічна теорія як теоретико-методологічна база інших економічних наук.

Формаційний та цивілізаційний підходи до періодизації суспільного розвитку.

Сутність та цілі економічної системи. Її структурні та функціональні елементи. Елементи економічної системи. Система економічних відносин. Основні типи економічних систем, їх еволюція. Ринкові та неринкові економічні системи. Національні моделі сучасної ринкової економіки.

Місце власності в економічній системі. Основи аналізу відносин власності. Юридичний та економічний підходи до визначення поняття власності. Суб'єкти та об'єкти власності. Власність, її сутність, типи, види, форми. Взаємозв'язок форм власності і форм господарювання. Плюралізм форм власності як основа функціонування сучасної ринкової економіки. Новітні тенденції у відносинах власності у сучасній економіці.

Місце і роль людини в економічній системі. Поняття «людина економічна», «людина виробник», «людина як суб'єкт економічних відносин», «людина як споживач».

Економічні потреби суспільства, їх суть, структура та класифікація. Виробництво як визначальний фактор потреб суспільства та їх розвитку.

Зміст економічного закону зростання потреб. Проблеми його використання в сучасних умовах.

Потреби і споживання, їх взаємообумовленість, сучасні тенденції розвитку та проблеми формування.

Економічні потреби як матеріальна основа інтересів. Сутність, види економічних інтересів та їх суб'єкти. Економічні інтереси - рушійна сила соціально-економічного розвитку. Шляхи поєднання економічних інтересів. Ієрархія інтересів економічних суб'єктів у різних економічних системах.

Виробництво як суспільний процес, його сутність та структура. Матеріальне та нематеріальне виробництво. Форми організації суспільного виробництва: натуральна та товарна, їх еволюція. Товарне виробництво як основа розвитку ринкової економіки.

Основні фактори суспільного виробництва та їх взаємозв'язок. Виробнича функція. Економічні ресурси: варіантність їх використання і проблема вибору.

Ефективність суспільного виробництва, її сутність, економічні та соціальні показники.

Благо як системоутворююча категорія господарювання. Поняття товару та послуги. Економічні та неекономічні блага. Товар та його властивості.

Альтернативні теорії вартості. Теорії вартості та цінності, їх еволюція. Вартість, корисність, цінність: зміст та сучасне трактування.

Гроші як основоположна категорія розвинутих товарних відносин. Теоретичні концепції виникнення та природи грошей. Функції грошей та їх еволюція в сучасній ринковій економіці. Грошовий обіг та його закони.

Грошова система, її структурні елементи. Типи грошових систем. Види та природа сучасних грошей (паперові, кредитні, електронні та інші).

Ринкове господарство як невід'ємна складова товарного виробництва. Умови виникнення ринкового господарства. Ринок як економічне явище. Еволюція поглядів на ринок. Етапи формування ринку. Зміст та визначення поняття ринку на сучасному етапі та умови його функціонування. Основні суб'єкти ринкової економіки.

Ринковий механізм, його сутність та елементи. Конкуренція, її суть, види та роль в економіці. Внутрішньогалузева і міжгалузева конкуренція. Цінова та нецінова конкуренція. Види конкурентних стратегій. Ринковий попит та фактори, що його визначають. Закон попиту. Еластичність попиту. Пропозиція та її чинники. Закон пропозиції. Еластичність пропозиції. Взаємодія попиту та пропозиції. Ринкова рівновага.

Функції ринку у суспільно-відтворювальному процесі. Контрольна, регулююча та стимулююча функції ринку. Ринок як сигнальна кон'юнктурно-економічна система.

Інфраструктура ринку, її роль та функції. Підсистеми ринкової інфраструктури. Основні елементи ринкової інфраструктури та її організаційно-функціональна побудова.

Переваги та обмеження ринкового механізму.

Капітал як економічна категорія товарного виробництва. Сутність і генезис поняття капіталу. Теорії капіталу. Капітал як фактор виробництва. Його матеріально-речовий зміст та соціально-економічна форма.

Промисловий капітал - визначальна форма функціонування капіталу. Кругообіг капіталу, його стадії та функціональні форми. Обороти капіталу. Його час та складові частини.

Основний та оборотний капітал. Амортизація і відтворення основного капіталу. Фізичне і моральне зношення основного капіталу. Амортизація, її суть, економічне призначення та норми в умовах сучасної НТР.

Витрати виробництва: сутність, структура, види та фактори, що визначають їх динаміку.

Прибуток на капітал і фактори що його визначають. Економічна роль прибутку.

Природа та генезис торговельного капіталу. Послуги в сфері обігу та їх зміст. Витрати обігу, їх природа та структура.

Сутність торгівлі, її основні форми та еволюція. Сучасні види торгівлі.

Природа, генезис і джерела позичкового капіталу. Позичковий процент, його джерела. Кредит як форма руху позичкового капіталу. Форми кредиту. Роль кредиту у функціонуванні сучасного ринкового господарства.

Споживач як суб'єкт ринкових відносин. Суверенітет і раціональність споживача. Основний зміст теорії поведінки споживача. Вимоги та умови визначення споживчого вибору. Уподобання та переваги споживача.

Корисність і попит. Функція корисності. Загальна і гранична корисність. Кількісний (кардиналістський) підхід до корисності. Порядковий (ординалістський) підхід до корисності.

Криві байдужості та їх властивості. Карта кривих байдужості. Криві байдужості різних товарів. Гранична норма заміщення.

Обмеження можливостей споживача. Бюджетні обмеження споживача. Бюджетна лінія та її властивості, нахил бюджетної лінії. Вплив на бюджетну лінію зміни доходу і зміни цін.

Умови рівноваги споживача. Принцип рівної корисності (еквімаргінальний принцип). Розширене бюджетне обмеження. Поведінка споживача у кризових ситуаціях.

Сутність, основні принципи, ознаки та умови підприємницької діяльності. Об'єкт підприємництва. Суб'єкти підприємницької діяльності. Теорії та моделі підприємництва.

Підприємство як суб'єкт ринку та виробнича ринкова система. Підприємство та його функції в ринковій системі. Організаційно-правові форми діяльності підприємств. Переваги та недоліки певних форм підприємств. Підприємства та їх основні види. Класифікація підприємств за розміром. Об'єднання підприємств. Нові види підприємницької діяльності.

Мотивація поведінки підприємства в умовах ринкового господарювання. Економічні періоди функціонування підприємства.

Економічна та бухгалтерська оцінка діяльності підприємства. Витрати виробництва, їх сутність, види та фактори, що визначають їх динаміку.

Ринково-конкурентне середовище функціонування підприємства. Стратегія підприємства в умовах досконалої та недосконалої конкуренції.

Зміст процесу суспільного відтворення. Суспільне відтворення, його види та динаміка. Умови реалізації та відтворення суспільного продукту. Просте, розширене, і звужене відтворення. Відтворення національного продукту та національного багатства. Розширене відтворення та шляхи розв'язання екологічних проблем в Україні.

Система національних рахунків як нормативна база національного рахівництва. Сутність та методологічні принципи побудови системи національних рахунків. Основні категорії системи національних рахунків: додана вартість, інституційні одиниці, сектори, операції, рахунки.

Зміст макроекономічних показників у системі національних рахунків. Основні макроекономічні показники: національний обсяг виробництва, загальний рівень цін, зайнятість. Валовий національний продукт (ВНП) та валовий внутрішній продукт (ВВП).

Методи обчислення ВВП за доходами та витратами. Подвійний рахунок та його виключення. СНР - система взаємопов'язаних показників. Співвідношення між основними показниками СНР. Чистий національний продукт. Національний дохід. Особистий дохід. Дохід кінцевого використання. Рух та розподіл національного продукту.

Номинальний та реальний ВВП. Темп росту та темп приросту реального ВВП. Індекс цін та дефлятор. Чистий економічний добробут.

Економічне зростання, його типи та рушійні сили. Фактори та критерії економічного зростання.

Сутність сукупного попиту та його структура. Споживчий попит.

Інвестиційний попит. Попит держави. Попит закордону. Цінові та нецінові фактори, що визначають сукупний попит. Сукупна пропозиція. Сукупна пропозиція в довгостроковому та короткостроковому періоді. Цінові та нецінові фактори, що визначають сукупну пропозицію.

Взаємозв'язок сукупного попиту та сукупної пропозиції. Рівноважний обсяг виробництва. Макроекономічна рівновага, її сутність, умови та типи. Теорії макроекономічної рівноваги.

Циклічність як об'єктивна закономірність економічного розвитку. Причини і механізм циклічних коливань. Основні характеристики циклів. Класифікація економічних циклів за тривалістю. Середні і малі цикли. Цикли ділової активності: фази циклу та причини коливань. Довгі хвилі в економіці та їхній вплив на структуру суспільного виробництва.

Інфляція, її сутність, причини та види. Інфляція попиту та інфляція витрат. Стагфляція. Соціально-економічні наслідки інфляції. Шляхи та інструменти боротьби з інфляцією.

Зайнятість та відтворення робочої сили. Соціально-економічний зміст і форми прояву зайнятості. Безробіття, сутність, причини виникнення та його види. Еволюція теоретичних концепцій ринку праці, зайнятості та безробіття.

Антициклічне державне регулювання економіки.

Еволюція теоретичних уявлень про роль держави в економіці. Необхідність і суть державного регулювання економіки. Економічні функції держави в командній, ринковій та перехідній економіці.

Форми і методи державного регулювання ринкової економіки. Основні моделі державного регулювання ринкової економіки (неокласична, неокейнсіанська, монетаристська) та їх еволюція. Характерні риси змішаної системи управління. Види систем макроекономічного регулювання. Національні особливості державного регулювання економіки.

Основні цілі державного регулювання економіки. Об'єкти державного регулювання економіки. Суб'єкти виконання та суб'єкти впливу. Економічна політика держави. Політика економічного розвитку: державне коригування економіко-соціального розвитку суспільства.

Регулювання діяльності господарюючих суб'єктів, зайнятості населення. Бюджет та податки як інструменти державного регулювання. Фінансово-кредитне та бюджетне регулювання економіки. Соціальні гарантії та соціальний захист населення.

Зовнішньоекономічне регулювання в перехідній економіці.

Особливості державного регулювання економіки України.

Об'єктивні основи становлення і розвитку сучасного світового господарства. Міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація господарського життя як закономірний процес розвитку світової економіки. Форми міжнародних економічних відносин.

Світовий ринок і міжнародна торгівля. Попит, пропозиція та ціноутворення в міжнародній торгівлі.

Міжнародні валютні відносини. Міжнародна валютна система, зміст та структура. Етапи її еволюції. Світові валютні ринки, валютні курси та

механізм їх регулювання. Міжнародні фінансові інститути.

Міжнародна економічна інтеграція та проблеми входження України у світовий економічний простір.

Глобалізація як новий етап розвитку інтеграційних процесів у світовій економіці. Глобалізація світогосподарських зв'язків та загальноцивілізаційні проблеми людства.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ВСТУПНИКІВ

1. Тестування триває 1 годину (60 хвилин).
2. Білет письмового тестування з фахових дисциплін складається з 50 закритих тестових завдань. Вступнику потрібно обрати лише одну правильну (найбільш повну) відповідь.
3. Якщо відповідь на тест надана правильно, то виставляється максимальний бал (4 бали).
4. Якщо відповідь на тестові завдання є неправильною, то виставляється 0 балів.
5. Максимальна сума балів, яку може набрати абітурієнт, складає 200.
6. Мінімальна сума балів з випробування дорівнює 100.
7. Факт ознайомлення вступника з правилами проведення тестування та інструкцією засвідчується його особистим підписом на обкладинці бланку тестових завдань. Будь-які позначки на бланку тестових завдань, які можуть дешифрувати роботу вступникові робити суворо заборонено.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу 1. Менеджмент

1. *Антикризовий менеджмент: навч. посібник / Л. І. Скібіцька, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. К.: Центр учбової літератури, 2014. 584 с.*
2. *Бабчинська О. І. Менеджмент : опорний конспект лекцій. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 110 с.*
3. *Балабанова Л. В. Управління персоналом: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 468 с.*
4. *Боковець В. В. Основи менеджменту : навч. посібник. Вінниця : Глобус-Прес, 2013. 524 с.*
5. *Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент : навч. посібник / О. В. Бондар. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 388 с.*
6. *Гуменник В. І., Копчак Ю. С., Кондур О. С. Менеджмент організацій : навч. посібник. К. : Знання, 2012. 503 с. (Вища освіта ХХІ століття).*
7. *Дикань Н. В., Борисенко І. І. Менеджмент : навч. посібник. К. : Знання, 2008. 389 с. (Вища освіта ХХІ століття).*
8. *Діденко В. М. Менеджмент : підручник. К. : Кондор, 2008. 584 с.*

9. Дідковська Л. Г., Гордієнко П. Л. *Менеджмент : навч. посібник*. К. : Алерта, КНТ, 2007. 516 с.
10. Довгань Л. Є. *Стратегічне управління: навч. посібник*. 2-ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
11. Дудар Т. Г., Волошин Р. В., Дудар В. Т. *Менеджмент : навч. посібник*. К. : Центр учбової літератури, 2013. 336 с.
12. Дяченко, Т. О. *Основи менеджменту : навч. посібник / Т. О. Дяченко*. – К. : Кондор, 2010. – 176 с.
13. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. *Основи менеджменту : підручник*. 2-ге вид., випр., доповн. К. : Академвидав, 2007. 464 с.
14. *Менеджмент : опорний конспект лекцій / авт.: Н. В. Сичова, О. І. Белова, Ю. В. Гайдай, Н. В. Ракша*. К. : КНТЕУ, 2010. 92 с.
15. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. *Основи менеджмента*. 3-е изд., пер. с англ. М. : Вільямс, 2008. 672 с.
16. Михайлов С. І., Балановська Т. І., Степасюк О. С., Гоголя О. П., Новак О. В., Городенко С. В., Хоменко М. П. *Менеджмент : навч. посібник / за ред. С. І. Михайлова*. К. : Центр учбової літератури, 2012. 536 с.
17. Моргулець О. Б. *Менеджмент у сфері послуг : навч. посібник*. К. : Центр учбової літератури, 2012. 384 с.
18. Мостенська Т. Л., Новак В. О., Луцький М. Г., Ільєнко О. В. *Менеджмент: підручник*. 2-ге вид. К. : Кондор, 2012. 758 с.
19. Мошек Г. Є., Поканевич Ю. В., Соломко А. С., Семенчук А. В. *Менеджмент : навч. посібник / за заг. ред. Г. Є. Мошека*. К. : Кондор, 2009. 392 с.
20. Немцов В. Д., Довгань Л. Є., Сініок Г. Ф. *Менеджмент організації : Навч. посібник*. К. : УВПК ЕксОб, 2000. 392с.
21. *Основи менеджменту : опорний конспект лекцій / авт.: Г. Є. Мошек, В. С. Ціпуринда*. К. : КНТЕУ, 2014. 117 с.
22. Осовська Г. В., Осовський О. А. *Менеджмент : підручник*. 4-те вид., перероб. і допов. Київ : Кондор, 2015. 563 с.
23. Осовська Г. В., Осовський О. А. *Менеджмент організацій : підручник*. К.: Кондор, 2009. 680 с.
24. Осовська Г. В. *Управління трудовими ресурсами: навч. посібник / Г. В. Осовська, О. В. Крушельницька*. К.: Кондор, 2009. 224 с.
25. Петросян А. Э. *Менеджмент: идеи, задачи, тесты*. Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. 572 с.
26. Пушкар Р. М., Тарнавська Н. П. *Менеджмент: теорія та практика : підручник*. 3-тє вид., перероб. і доп. Тернопіль : Карт-бланш, 2005. 486 с.
27. Рудьєв В. А., Гуткевич С. О. *Менеджмент : навч. посібник*. К. : Центр учбової літератури, 2011. 312 с.
28. Сичова Н. В., Гайдай Ю. В., Ракша Н. В. *Менеджмент : опорний конспект лекцій*. Київ : КНТЕУ, 2017. 91 с.
29. Скібіцька Л. І. *Тайм-менеджмент : навч. посібник / Л. І. Скібіцька*. – К. : Кондор, 2009. – 528 с.

30. Скібіцька Л. І. *Організація праці менеджера : навч. посібник* / Л. І. Скібіцька. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
31. Скібіцька Л. І., Щелкунов В. І., Сіващенко Т. В., Чичкан-Хліповка Ю. М. *Офісний менеджмент : навч. посібник*. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 616 с.
32. Стадник В. В., Йохна М. А. *Менеджмент : підручник*. 2-ге вид., випр., допов. К. : Академвидав, 2010. 472 с.
33. Федоренко В. Г., Бондаренко Є. В., Іткін О. Ф., Анін В. І., Федоренк С. В. *Менеджмент : підручник / за ред. В.Г. Федоренка*. К. : Алерта, 2008. 652 с.
34. Федоренко В. Г., Діденко О. М., Бондаренко Є. В., Іткін О. Ф., Панько О. М., Анін В. І., Пінчук Ю. Б. *Основи менеджменту : підручник / за ред. В. Г. Федоренка*. К. : Алерта, 2007. 420 с.
35. Хміль Ф. І. *Основи менеджменту : підручник*. 2-ге вид., випр, допов. К. : Академвидав, 2007. 576 с.
36. Черваньов Д. *Менеджмент : Терміни, тести, вправи, завдання, навчальні конкретні ситуації (кейси), проблематика курсових, випускних, дисертаційних робіт: Підручник*. К. : Київський університет, 2001. 853 с.

До розділу 2. Маркетинг

1. Гончаров С. М. *Практикум з маркетингу : навч. посібник* / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 208 с.
2. Дікарєв О. І. *Міжнародний маркетинг (на світовому ринку паливно-енергетичних ресурсів) : навч. посібник* / О. І. Дікарєв. – К. : Персонал, 2009. – 254 с.
3. Корж М. В. *Маркетинг : навч. посібник* / М. В. Корж. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 344 с.
4. Котлер Ф. *Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок = Kotler on marketing : Пер. с англ.* / Ф. Котлер. – 4-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 294с.
5. Литовченко І. Л. *Інтернет-маркетинг : навч. посібник* / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.
6. Манн І. Б. *Маркетинг на 100 %: ремикс: как стать хорошим менеджером по маркетингу* / І. Б. Манн. – 6-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 256 с.
7. *Маркетинг : опорний конспект лекцій* / уклад. В.М. Торонков. – К. : КНТЕУ, 2008. – 136с.
8. *Маркетинг технічних інновацій : навч.посібник* / М. К. Сукач, І. В. Ніколенко, Г. О. Оборський та ін. – К. : Ліра-К, 2013. – 414с.
9. *Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посібник* / [за ред. І. М. Буднікевич]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 536 с.
10. *Маркетинг : опорний конспект лекцій* / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, І. О. Бучацька, Л. Л. Данілова, Н. А. Даниленко, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. – К. : КНТЕУ, 2012. – 159 с.

11. *Маркетинг : опорний конспект лекцій / авт.: Є. В. Ромат, А. І. Зіміна, Н. А. Даниленко, О. І. Бучацька, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, Д. В. Яцюк, Н. О. Бориславська, К. С. Глушенко, А. С. Крепак, К. В. Березовик. – К. : КНТЕУ, 2013. – 159 с.*
12. *Планування маркетингу : навч. посібник / О. А. Овечкіна, Д. В. Солоха, К. В. Іванова та ін. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 352 с.*
13. *Райс Э. Маркетинг снизу вверх: от тактики до бизнес-стратегии = Ву Al Ries and Jack Trout Bottom-Up Marketing / Эл. Райс, Джек Траут. – пер.с англ. – М., СПб., К. : Вильямс, 2009. – 224 с. : ил.*
14. *Соціально-етичний маркетинг : монографія / за заг. ред. А. А. Мазаракі ; [А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, Л. І. Андрєєва, К. В. Березовик, І. О. Бучацька, О. В. Голік, П. О. Горбоконь, К. В. Гурджиян, Н. А. Даниленко, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, А. І. Зіміна та ін.]. – К. : КНТЕУ, 2013. – 328 с.*
15. *Череп А. В. Основи маркетингу : навч. посібник / А. В. Череп, О. С. Богма, О. Г. Череп. – К. : Кондор, 2014. – 226 с*
16. *Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг : навч. посібник / І. М. Чучка, І. П. Студеняк. – К. : Кондор, 2009. – 122 с.*

Розділ 3. Економічна теорія

1. *Податковий кодекс України : станом на 5 березня 2013 року (відповідає офіційному тестові). – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 530 с.*
2. *Про власність : Закон України від 26.03.1991р. №885 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - №20. - Ст. 250.*
3. *Про захист економічної конкуренції : Закон України від 16.05.2009р. №1276 // Відомості Верховної Ради України. – 2009.- №20.- Ст. 243.*
4. *Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. №1023 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - № 20. - Ст. 384.*
5. *Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. №960 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - №29. - Ст. 378.*
6. *Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності : Закон України від 18.02.1992 р. №2133 // Відомості Верховної Ради України. – 1992. - № 21. - Ст. 297.*
7. *Про приватизацію державного майна : Закон України від 04.03.1992 р. № 2164 // Відомості Верховної Ради України. – 1992. - № 24. - Ст. 349.*
8. *Про ціни і ціноутворення : Закон України від 03.12.1990 р. № 2784 // Відомості Верховної Ради України. – 1990. - №52. - Ст.651.*
9. *Базилевич В. Д. Макроекономіка : навч. посібник / В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик. – 2-ге вид., допов. – К. : Атіка, 2007. – 368 с.*
10. *Безугла В. О. Мікроекономіка : навч. посібник / В. О. Безугла, І. І. Постіл. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.*
11. *Бобров В. Я. Основи ринкової економіки і підприємництва : підручник / В. Я. Бобров. – К. : Вища школа, 2003. – 719 с.*
12. *Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посібник / О. О. Гетьман,*

- В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
13. Економічна теорія : навч. посібник / М. М. Баб'як, Л. А. Пешенкова, А. В. Рибчук. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 208 с.
14. Економічна теорія : навч. посібник / М. Х. Корецький, О. І. Дацій, Г. М. Кульнєва та ін. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 256 с.
15. Економічна теорія : навч. посібник / А. М. Андрющенко, А. П. Бурляй, В. С. Костюк та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 520 с.
16. Економічна теорія: (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : навч. посібник / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. - 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.
17. Економічна теорія : політична економія : підручник / С. І. Юрій, І. В. Буян, Р. М. Березюк та ін. ; за заг. ред. С. І. Юрія. – К. : Кондор, 2009. – 604 с.
18. Економічна теорія : Політекономія : навч. посібник / В. М. Семененко, Д. І. Коваленко, В. В. Бугас, О. В. Семененко ; за заг. ред. В. М. Семененка та Д. І. Коваленка. – 2-ге вид., допов. та перероб. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 428 с.
19. Економічна теорія. Політекономія : підручник / В. М. Тарасевич, О. Ю. Бобровська, В. К. Лебедева та ін. ; за ред. В. М. Тарасевича. – К. : Знання, 2012. – 206 с.
20. Економічна теорія : Політекономія : підручник / В. Д. Базилевич, В. М. Попов, К. С. Базилевич, Н. І. Гражевська ; за ред. В. Д. Базилевича. – 7-е вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008. – 719 с.
21. Костюк В. С. Економічна теорія : навч. посібник / В. С. Костюк, А. М. Андрющенко, І. П. Борейко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 282 с.
22. Макроекономіка : опорний конспект лекцій / уклад.: В. Д. Лагутін, І. П. Соколов, Ю. М. Уманців, Ю. І. Зігліна. – К. : КНТЕУ, 2007. – 102 с.
23. Макроекономіка та макроекономічна політика : навч. посібник / А. Ф. Мельник, Т. Л. Желюк, О. В. Длугопольський, О. В. Панухник; за ред. А. Ф. Мельника. – К. : Знання, 2008. – 699 с.
24. Мельник Л. Ю. Економічна теорія - політекономічний контекст : навч. посібник / Л. Ю. Мельник, П. М. Макаренко. – К. : Кондор, 2008. – 524 с.
25. Основи економічної теорії : політекономічний аспект : підручник / За ред. Климка Г. Н. – 4-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання-Прес, 2002. – 615 с.
26. Основи теорії економіки : навч. посібник / В. С. Кушнір, Г. Є. Мазнєв, В. Г. Рижков, Л. Є. Сухомлин. – К. : Кондор, 2007. – 229 с.
27. Основи економічної теорії : навч. посібник / За заг. ред. П. В. Круша, В. І. Депутат, С. О. Тульчинської – К. : Каравела, 2008. – 448 с.
28. Основи економічної теорії : навч. посібник / С. Д. Дзюбик, О. С. Ривак. - 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2008. – 491 с.
29. Основи економічної теорії : навч. посіб. / О. В. Отрошко. – К. : Знання, 2011. – 325 с.
30. Плескач В. Л. Моделювання фінансово-економічних процесів : монографія / В. Л. Плескач. – К. : КНТЕУ, 2010. – 428 с.

31. Прокопенко О. В. Поведінка споживачів : навч. посібник / О. В. Прокопенко, М. Ю. Троян. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 176 с.
32. Пушкаренко П. І. Теоретичні основи сучасної макроекономіки : навч. посібник / П. І. Пушкаренко, О. О. Несветов, Р. В. Кочубей ; за заг. ред. П. І. Пушкаренко. – Суми : Університетська книга, 2007. – 331 с.
33. Романенко В. А. Соціально-економічні наслідки ринкових реформ в Україні (1990-2000 рр.) : монографія / В. А. Романенко. – К. : КНТЕУ, 2010. – 184 с.
34. Шевчук В. О. Міжнародна економіка: теорія і практика : підручник / В. О. Шевчук. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Знання-Прес, 2008. – 663с.
35. Щетинін А. І. Політична економія : підручник / А. І. Щетинін. – К. : центр учбової літератури, 2011. – 480 с.

УХВАЛИЛИ

Завідувач кафедри
менеджменту та адміністрування

В. Соколовська

ПОГОДЖЕНО

Голова фахової
атестаційної комісії

Л. Сікорська

Начальник
навчально-методичного відділу

Т. Шевчук