

**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



ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра,
магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста)

галузь знань
спеціальність
ітня програма

05 «Соціальні та поведінкові науки»
051 «Економіка»
«Економіка та безпека бізнесу»

Київ 2021

ВСТУП

Програма фахового вступного випробування призначена для вступників освітнього ступеня магістра за спеціальністю 051 «Економіка» освітньою програмою «Економіка та безпека бізнесу».

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

Програма фахового вступного випробування базується на нормативних дисциплінах професійного спрямування і складена відповідно до місця та значення дисциплін за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньою програмою бакалавра зі спеціальності 051 «Економіка».

Фахове вступне випробування проводиться у формі тестування, що складається з трьох розділів:

- Економіка підприємства.
- Макроекономіка.
- Маркетинг.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Розділ І. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт господарювання. Організаційно- економічні умови функціонування підприємств. Основні ознаки підприємства. Теорії підприємства. Види підприємства та їх класифікація. Об'єднання підприємств.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства. Ринок та його інфраструктура. Державний регуляторний механізм діяльності підприємства.

Напрями та види діяльності підприємства.

Фінансовий механізм підприємства та характеристика його основних елементів.

Зміст, принципи, основні етапи та методи планування діяльності підприємства. Систематизація планів підприємства. Оцінювання якості планів підприємства.

Загальна характеристика, систематизація та методи вимірювання обсягу продукції. Сутність, показники та методи вимірювання якості та конкурентоспроможності продукції. Стандартизація та сертифікація (оцінка відповідності) продукції.

Зміст та завдання виробничої програми підприємства. Методологічні засади аналізу та планування виробничої програми підприємства. Забезпечення виробничої програми матеріальними ресурсами. Сутність,

види та методи обґрунтування норм витрат матеріальних ресурсів.

Сутність та систематизація видів виробничої потужності підприємства. Методи розрахунку виробничої потужності підприємства. Методи аналізу використання виробничої потужності підприємства.

Поняття та систематизація економічних ресурсів підприємства. Поняття та складові ресурсного потенціалу підприємства. Методи оцінки ресурсного потенціалу підприємства.

Сутність, класифікація, принципи формування трудових ресурсів. 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.

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.

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.

Сутність понять витрати, поточні й капітальні витрати підприємства, виробнича собівартість продукції. Класифікація поточних витрат. Показники собівартості продукції. Поняття та методи калькулювання продукції підприємства. Методологічні засади аналізу та планування поточних витрат 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.

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.

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

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.

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.

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.

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. МАКРОЕКОНОМІКА

Мета, завдання, предмет та функції макроекономіки. Взаємодія макроекономічних суб'єктів. Економічна система як об'єкт макроекономічного аналізу. Позитивна та нормативна макроекономіка. Методи макроекономічних досліджень. Макроекономічне моделювання, його екзогенні та ендогенні змінні моделей. Класифікація макроекономічних моделей. Становлення та розвиток макроекономіки.

Економічний кругообіг у ринковій економічній системі. Методологічні принципи побудови Система національних рахунків: принципи побудови та основні категорії (додана вартість, інституційні

одиниці, сектори, операції, рахунки). Валовий внутрішній продукт (ВВП) та валовий національний дохід (ВНД). Методи обчислення ВВП. Чистий внутрішній продукт (ЧВП) та чистий національний дохід (ЧНД). Валовий національний наявний дохід (ВННД). Обчислення реальних обсягів виробництва. Номінальний та реальний ВВП. Індекс цін та дефлятор. Інфлювання та дефлювання ВВП. ВВП та суспільний добробут.

Сукупний попит та його модель. Структура сукупного попиту. Цінові фактори, які впливають на сукупний попит. Крива сукупного попиту (AD). Нецінові фактори впливу на сукупний попит. Сукупна пропозиція (AS) її короткострокова та довгострокова крива. Чинники впливу на сукупну пропозицію. Рівновага сукупного попиту та сукупної пропозиції. Рівноважний рівень цін. Рівноважний обсяг виробництва. Три варіанти макроекономічної рівноваги у моделі AD - AS.

Споживання як функція доходу кінцевого використання. Кейнсіанська концепція споживання. Середня схильність до споживання та заощадження. Гранична схильність до споживання та заощадження. Взаємозв'язок споживання і заощадження. Чинники споживання і заощадження, не пов'язані з поточним доходом. Парадокс ощадливості. Інвестиції як компонент сукупних витрат. Процентна ставка як чинник інвестиційного попиту. Номінальна та реальна процентна ставка. Автономні та індуковані інвестиції. Сутність мультиплікатора.

Рівновага економічних систем та механізм її забезпечення. Неокласична модель макроекономічної рівноваги: взаємодія ринків ресурсів, товарів, грошей та інвестицій. Кейнсіанська модель рівноваги товарного ринку «витрати – випуск» («кейнсіанський хрест»). Заплановані та фактичні витрати. Інфляційний та дефляційний (рецесійний) розриви. Поєднання рівноваги на товарному та фінансовому ринках. Інвестиційна пастка.

Поєднання рівноваги на товарному та грошовому ринках. Умови рівноваги на ринку грошей та цінних паперів. Фактори, які впливають на переміщення кривої LM. Ліквідна пастка. Умови загальної рівноваги на ринках товарів та послуг, фінансів, грошей та цінних паперів. Економічний зміст рівноваги національного ринку у моделі IS-LM. Аналіз руху по кривих та переміщення кривих у моделі IS-LM. Вплив держави на загальну рівновагу засобами монетарної та фіскальної політики.

Зміст фіскальної політики. Цілі та інструменти фіскальної політики. Функції податків. Прямі та непрямі податки та їх роль у наповненні бюджету. Крива Лаффера і визначення межі оподаткування. Дискреційна фіскальна політика. Стимулююча та стримуюча фіскальна політика. Недискреційна (автоматична) фіскальна політика. Автоматичні стабілізатори фіскальної сфери. Прогресивна шкала оподаткування. Мультиплікатор державних витрат та податковий мультиплікатор.

Фіскальна політика та державний бюджет. Концепції збалансування державного бюджету. Бюджетний дефіцит: причини виникнення та економічні наслідки. Циклічний та структурний дефіцити бюджету. Джерела дефіцитного фінансування. Державний борг та його структура. Економічні наслідки державного боргу. Ефект витіснення державою приватних інвестицій та тягар боргу для майбутніх поколінь. Методи управління державним боргом.

Грошова пропозиція та способи її вимірювання. Грошова маса і грошова база. Коефіцієнт монетизації економіки. Попит на гроші та фактори, що його визначають. Механізм функціонування грошового ринку. Центральний банк як суб'єкт монетарної політики. Інструменти монетарної політики: зміна облікової ставки, зміна обов'язкових банківських резервів, операції на відкритому ринку. Цілі та типи монетарної політики. Трансмисійний механізм монетарної політики. Відображення впливу стимулюючої та стримуючої монетарної політик у моделі LM. Координація монетарної та фіскальної політики у моделі IS-LM. Механізм створення грошей банками. Грошовий та депозитний мультиплікатори.

Економічні (ділові) цикли. Типи циклів. Теорії циклічних коливань. Класифікація макроекономічних змінних для типового ділового циклу: проциклічні, антициклічні, ациклічні. Державне антициклічне регулювання. Сутність та чинники економічного зростання. Модель економічного зростання Харрода-Домара. Модель економічного зростання Р. Солоу. «Золоте» правило нагромадження капіталу. Вплив демографічних процесів та технологічного прогресу на економічне зростання. Державне регулювання економічного зростання.

Інфляція: сутність та методи вимірювання. Класифікація інфляції. Інфляції попиту у моделі AD-AS. Монетарні та немонетарні фактори інфляції попиту. Інфляція витрат (пропозиції) та її моделювання у моделі AD-AS. Стагфляція. Причини інфляції витрат. Соціально-економічні наслідки передбачуваної та непередбачуваної інфляції. Інфляційний податок та сеньйораж. Антиінфляційна політика держави.

Види безробіття. Кейнсіанське пояснення безробіття. Неокласичні пояснення причин безробіття. Рекомендації щодо подолання безробіття з точки зору різних теоретичних концепцій. Економічні та соціальні наслідки безробіття. Закон та крива Оукена. Взаємозв'язок безробіття та інфляції. Крива Філліпса. Засоби державного регулювання зайнятості.

Інструменти зовнішньоторговельної політики. Платіжний баланс та його структура. Валютний курс та чинники, що його визначають. Види валютних курсів. Режими валютного регулювання: фіксований та плаваючий валютний курс. Модель IS-LM для відкритої економіки (модель Манделла-Флемінга). Міжнародний рух капіталу та його наслідки

у моделі Манделла-Флемінга. Модель Манделла-Флемінга при плаваючому та фіксованому валютному курсі.

Розділ III. МАРКЕТИНГ

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.

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.

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. Позиціювання товару на цільовому ринку.

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.

Маркетингова цінова політика, її зміст та завдання.

Історична генеза категорії ціни. Функції ціни. Склад і структура ціни. Класифікація цін. Етапи процесу ціноутворення. Фактори ціноутворення. Цілі цінової політики. Цінові стратегії. Методи

ціноутворення. Диференціація цінових пропозицій. Тактика ціноутворення.

Маркетингова збутова політика, 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 канали розподілу, їх характеристики. 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.

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.

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.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

До розділу I. 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 / М. Г. Грещак [та ін.] ; заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко ; Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана". - Вид. 4-те, перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 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. Макроекономіка

1. Лагутін В.Д. Макроекономіка : навч.посіб./В.Д.Лагутін, Л.І.Пронкіна.- К.:Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2012.- 268 с.
2. Макроекономіка: базовий курс: навч. посіб. / [проф. І.Й. Малий, проф. І.Ф. Радіонова, доц. Т. Ф. Куценко, доц. Н.В. Федірко та ін.] — К.: КНЕУ, 2016. — 246 с.
3. Гронтковська Г. Є., Косік А. Ф. Макроекономіка / Г.Є. Гронтковська, А.Ф. Косик. – К: ЦНЛ, 2017. – 672 с.
4. Макроекономіка / Базилевич В. Д., Базилевич К. С., Баластрик Л.О.; за ред. Базилевича В. Д. – К.: Знання, 2008. – 851 с.
5. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Макроекономіка: Пер. з англ. С. М. Панчишина. – Львів.: Просвіта, 1998.

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 : Вільямс, 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-те 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.

КРИТЕРІЇ

оцінювання знань на вступному фаховому випробуванні для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення

Мета фахового випробування – оцінити відповідність знань, умінь та навичок 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 ніж 100 балів, до наступних випробувань не допускаються та участі у конкурсі не беруть.