

**ДЕРЖАВНИЙ 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 іспиту
для здобуття освітнього ступеня магістра
на основі НРК6 та НРК7**

галузь знань	05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність	051 «Економіка»
факультет	Міжнародної торгівлі та права
освітня програма	«Міжнародна економіка»

Київ 2023

ВСТУП

Програму фахового іспиту для здобуття освітнього ступеня магістра на основі здобутого освітнього ступеня бакалавра, магістра (освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста) розроблено відповідно до змісту освітньої програми «Міжнародна економіка» підготовки фахівців за спеціальністю 051 «Економіка» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти. Програма побудована за вимогами освітньо-кваліфікаційної характеристики спеціалізації та охоплює її основні напрями, складові та завдання.

Для забезпечення ефективної реалізації завдань освітньої та професійної підготовки магістра при конкурсному відборі до здобувачів вищої освіти висуваються вимоги щодо їх здібностей і підготовленості відповідно до діагностики системних знань, умінь і навичок, визначених програмами дисциплін.

Програма фахового іспиту з дисциплін професійної підготовки базується на дисциплінах професійного спрямування і складена відповідно до місця та значення дисциплін за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою бакалавра зі спеціальності 051 «Економіка», та охоплює всі змістові модулі дисциплін.

Фаховий іспит складається з тестової перевірки знань, що формують уміння, визначені кваліфікаційною характеристикою.

Програма охоплює основні напрями, складові та завдання міжнародної економіки й інтегрує такі дисципліни:

1. «Міжнародна економіка».
2. «Міжнародний маркетинг».
3. «Економіка підприємства».

ЗМІСТ ПРОГРАМИ ФАХОВОГО ІСПИТУ

Розділ I. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Основні поняття та категорії дисципліни «Міжнародна економіка». Закрита та відкрита економіка. Рівновага на світовому ринку. Світове господарство (СГ) як система. Інтернаціоналізація господарського життя. Міжнародний поділ праці. Міжнародна спеціалізація виробництва. Міжнародне виробниче кооперування. Сутність, форми, рівні реалізації та суб'єкти міжнародних економічних відносин. Критерії систематизації країн світу.

Сутність, характеристики та етапи еволюції меркантилізму як теорії та політики. Сутність класичних теорій міжнародної торгівлі. Теорія абсолютних переваг А. Сміта. Теорія порівняльних переваг Д. Рікардо. Теорія Хекшера-Оліна. Парадокс В. Леонтьєва. Альтернативні теорії міжнародної торгівлі. Неотехнологічні моделі міжнародної торгівлі. Теорії конкурентних переваг. Розвиток концепції М.Портера в теорії глобальних

ланцюгів створення вартості(ГЛСВ) Г. Джереффі. Глобальні виробничі ланцюги Н.Коу.

Сутність, функції та етапи розвитку міжнародної торгівлі товарами. Товарна (номенклатурна) та регіональна структура міжнародної торгівлі. Форми міжнародної торгівлі товарами. Види міжнародної торгівлі товарами. Макроекономічні ефекти від участі в міжнародній торгівлі товарами для країн-експортерів та держав-імпортерів. Феномен «голландської хвороби». Феномен «ресурсного прокляття». Показники розвитку міжнародної торгівлі. Сутність міжнародної торгівлі послугами. Критерії класифікації послуг в тлумаченні міжнародних організацій. Механізми міжнародної торгівлі послугами згідно ГАТС.

Зміст, чинники та види міжнародного руху капіталу. Цілі і форми вивезення капіталу. Прямі інвестиції в системі міжнародного руху капіталу. Портфельне інвестування. Венчурне інвестування, його джерела, форми та сучасні особливості. Макроекономічні наслідки руху капіталу для країн-донорів та країн-реципієнтів. Новітні тенденції розвитку міжнародного інвестування. Регулювання прямих інвестицій на національному та міжнародному рівнях.

Міжнародний кредит, його види, чинники. Кредитні міжбанківські ставки. Передумови формування і розвиток світового ринку позичкових капіталів (СРПК), його функції. Різновидність операцій на СРПК. Кредитні інструменти фондового ринку. Система СВІФТ. Міжнародні кредитно-фінансові інститути та їх діяльність. Форми, структура і масштаби зовнішньої заборгованості. Індикатори та рівні зовнішньої заборгованості. Інструменти управління зовнішнім боргом країн. Клуби кредиторів.

Поняття міжнародної міграції робочої сили, її економічна природа, рушійні сили й етапи розвитку. Теорії, види міжнародної міграції. Макроекономічні ефекти міжнародної трудової міграції. Масштаби, форми й основні тенденції розвитку сучасних міграційних процесів. Державне і міжнародне регулювання трудової міграції.

Традиційні і нові форми науково-технічного співробітництва. Міжнародний рух технологій та механізм їх передачі. Інтернаціоналізація НТС. Міжнародні науково-технічні програми.

Сутність та функції світового валютного ринку. Дилінгові системи. Лондонська міжбанківська ставка LIBOR. Основні центри торгівлі валютою. Валютні спекуляції. Валютний арбітраж. Міжнародна валютна ліквідність. Рівновага на світовому валютному ринку. Сучасні тенденції розвитку світового валютного ринку. Поняття валютної системи та її структура. Світова, регіональна та національна валютні системи. Еволюція світової валютної системи. Роль МВФ у МЕВ. Реформування світової валютної системи: причини та напрями.

Платіжний баланс, його структура та методологія складання. Особливості методології МВФ щодо формування платіжного балансу з огляду 5-го та 6-го видання «Керівництва з платіжного балансу». Принципи класифікації. Рахунок поточних операцій та операцій з капіталом.

Фінансовий рахунок. Фінансування платіжного балансу. Взаємозв'язок рахунків платіжного балансу.

Платіжний баланс країни та основна макроекономічна тотожність. Зв'язок між чистим експортом і обсягами національних заощаджень та інвестицій.

Регулювання платіжного балансу. Фактори впливу на стан платіжного балансу. Вплив стану платіжного балансу на валютний курс і валютну політику держави. Використання девальвації для врівноваження платіжного балансу за умов фіксованого валютного курсу. Наслідки девальвації для національного валютного ринку. Умова Маршала-Лернера. Вплив девальвації на чистий експорт («J-крива»).

Еволюція теорій міжнародної економічної інтеграції (МЕІ). Поняття та основні риси МЕІ. Форми і стадії розвитку МЕІ. Ефекти регіональних торговельних угод. Динамічні та статичні ефекти МЕІ. Регіональні інтеграційні об'єднання країн. Україна у світових та регіональних інтеграційних процесах.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародна економіка: підручник / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Л.П. Кудирко [та ін.]; за заг.ред.: А.А. Мазаракі - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 824 с.
2. Міжнародна економіка : зб. тестових завдань / Л.П. Кудирко, Л.І. Федун, К.І. Ладиченко, І.М. Севрук.- Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. - 155 с.
3. Гуткевич С.О. Міжнародна економіка: підруч. / С.О. Гуткевич, М.Д.Корінько, Ю.М.Сафонов. - 3-е вид., перероблене та доповнене. – Вид-во «Діса Плюс», 2021. – 428 с.
4. Pugel T.A. International Economies - 17th Ed. / T. A. Pugel. McGraw-Hill Education, 2019. 800 p.

РОЗДІЛ II. МІЖНАРОДНИЙ МАРКЕТИНГ

Спільні риси та відмінності маркетингу, орієнтованого на внутрішній та міжнародні ринки. Модель «Тріади» К. Омае. Рівні інтернаціоналізації маркетингової діяльності: експортний маркетинг, імпортерський маркетинг, зовнішньоекономічний маркетинг, багатонаціональний та глобальний маркетинг. Характеристика суб'єктів міжнародної маркетингової діяльності. Складові комплексу маркетингу для зовнішніх ринків. Чинники, що зумовлюють формування глобального попиту та глобальної пропозиції на товари та послуги. Товари глобальної природи, їх класифікація. Еволюція концепцій міжнародного маркетингу.

Поняття міжнародного маркетингового середовища, його зміст та складові. Економічні фактори макросередовища суб'єктів міжнародного маркетингу. Методичний інструментарій моніторингу економічного стану зарубіжного ринку. Політико-правові фактори макросередовища суб'єктів

міжнародного маркетингу: зміст, елементи. Політичні ризики з огляду джерел походження та рівнів, їх види.

Соціокультурні фактори макросередовища суб'єктів міжнародного маркетингу. Методика Гофштеде.

Організація міжнародних маркетингових досліджень на підприємстві. Джерела отримання інформації про зовнішній ринок. Види міжнародних маркетингових досліджень. Методи обробки маркетингової інформації у процесі міжнародних досліджень. Міжнародні маркетингові дослідження у мережі Інтернет. Міжнародний кодекс маркетингових та соціологічних досліджень (ICC ESOMAR).

Підходи до вибору зарубіжних ринків. Концепція «4-х фільтрів».

Комплексна оцінка конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках. Методичні підходи та оцінка конкурентного потенціалу підприємства для вибору зовнішньому ринку. Модель Хірша.

Поняття, передумови та цілі сегментації міжнародного ринку. Критерії та типові підходи до сегментації міжнародного ринку. Стратегії маркетингу з огляду на сегментацію міжнародних ринків. Позиціонування на зарубіжному ринку.

Міжнародна товарна політика. Етапи формування та структура товарної політики при виході підприємства на зовнішні ринки. Формування концепції міжнародного товару. Концепція глобального життєвого циклу товару. Міжнародні товарні стратегії. Використання товарного знака на зовнішніх ринках. Брендинг як складова міжнародної товарної та комунікаційної політики. Міжнародні вимоги до упаковки та маркування.

Поняття та завдання збутової політики підприємства на зовнішніх ринках. Канали збуту товарів на зовнішніх ринках. Вертикальні маркетингові системи. Горизонтальні маркетингові системи. Стратегічні концепції дистрибутивної політики: пуш-стратегії та пул-стратегії. Роль Інтернету у процесі створення нових каналів розподілу.

Комунікаційна політика у системі міжнародного маркетингу. Міжнародний комунікаційний комплекс як складова комплексу маркетингу. Інструменти просування товарів на зовнішніх ринках. Міжнародна рекламна діяльність.

Сутність, завдання та алгоритм розробки цінової політики підприємства щодо зарубіжних ринків. Чинники впливу на прийняття цінових рішень підприємств щодо міжнародних ринків. Роль інституційних чинників на формування цін на міжнародних ринках. Роль Інтернет в модернізації підходів щодо формування цін на міжнародних ринках. Моделі та методи міжнародного ціноутворення. Стратегії міжнародного ціноутворення.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародний маркетинг: зб. тестових завдань / Л.П. Кудирко, К.І. Ладиченко, М.О. Карпенко.- Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 95 с.

2. Міжнародний маркетинг: підручник / за ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник/ Т.М Мельник, Л.П. Кудирко, О.В. Кам'янецька, К.С. Пугачевська [та ін.] – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 450 с.
3. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с
4. Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 275 с.

РОЗДІЛ III. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт господарювання та об'єкт ринкових відносин. 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. Напрями та види діяльності підприємства. Класифікація видів економічної діяльності. Сутність, функції, завдання, об'єкт та предмет операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

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.

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.

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.

Фінансово-майновий стану підприємства: сутність та види. 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. Методичні

підходи до визначення ефективності трансформації господарюючих суб'єктів.

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 а форми проведення. Класифікація санаційних заходів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка підприємства : підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
2. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч.посібник /Вид. 2-ге перероблене і доповнене– К.: Видавництво «Ліра», 2020. – 596 с.
3. Горбач Л.М. Економіка підприємства. Навч. пос. К.: – Ліра-К, 2018. – 284 с.

КРИТЕРІЇ

оцінювання фахового іспиту для здобуття освітнього ступеня магістра

1. Загальні положення

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

2. Структура екзаменаційного білета

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

3. Критерії оцінювання

- Рівень знань оцінюється за 200-бальною шкалою.
- Серед відповідей на тестове завдання 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.