

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені ІВАНА ПУЛЮЯ**

 **ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Голова приймальної комісії  
Микола МИТНИК  
«25» *квітня* 2024 р.

**ПРОГРАМА**

для вступу на навчання  
для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»  
на основі здобутого освітнього ступеня відповідно НРК 6 і НРК 7  
за спеціальностями 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування»,  
072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»,  
073 «Менеджмент» 075 «Маркетинг»,  
076 «Підприємництво та торгівля»,  
281 «Публічне управління та адміністрування»

## АНОТАЦІЯ

Метою вступних випробувань є комплексна перевірка знань вступників, які вони отримали в результаті вивчення циклу дисциплін, передбачених освітньо-професійною програмою та навчальними планами у відповідності з освітньо-кваліфікаційним рівнем молодший спеціаліст:

- визначення рівня підготовки молодших спеціалістів з основ економічної теорії, економіки підприємства, менеджменту та маркетингу, які б відповідали сучасним вимогам організації бізнесу суб'єктами господарювання;

- з'ясування рівня систематизації та узагальнення теоретичних знань та практичних навиків самостійної роботи для розв'язання конкретних економічних та виробничо-господарських завдань.

Вступні випробування охоплюють нормативні дисципліни з циклу загальної підготовки та професійної підготовки студентів відповідно до освітньо-професійних програм за спеціальностями 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування та фондовий ринок», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво та торгівля», 073 «Менеджмент», 281 «Публічне управління та адміністрування», 051 «Економіка».

Під час підготовки до випробування необхідно звернути увагу на те, що абітурієнт повинен:

*знати:*

- сутність основних економічних явищ та процесів; відносин власності, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ у суспільстві; суперечностей господарського розвитку, потреб та інтересів;

- зміст основних категорій, законів та принципів ринкової економіки;

- форми прояву об'єктивних економічних законів в конкретних галузях, підприємствах різних форм власності, форм організації і тенденції розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, міру відповідності виробничих відносин рівню розвитку продуктивних сил;

- економічні методи управління підприємствами, галузями;

- теоретичні основи управління, функції управління, методи і моделі реалізації функцій управління;

- організацію управлінської діяльності на рівні підприємства, основи теорії керівництва та лідерства, технологію прийняття управлінських рішень, передовий досвід в управлінні, критерії ефективності систем управління;

- еволюцію і сутність сучасної концепції, принципи, функції і задачі маркетингу;

- методи і ознаки сегментування ринку, алгоритм вибору цільових ринків, шляхи позиціонування товару на ринку;
- комплекс маркетингу, методи і засоби маркетингового впливу підприємства на цільові ринки;
- теоретичні основи формування та реалізації маркетингової політики підприємства за основними напрямками – товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики;
- основи організації, планування і контролю маркетингової діяльності на підприємстві;

*вміти:*

- продемонструвати знання та уміння на рівні, що забезпечують можливість аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, генерувати оригінальні ідеї у відповідній галузі знань;
- застосовувати свої знання і володіти компетенціями, які дозволяють вирішувати завдання у новому, широкому (міждисциплінарному) контексті у відповідній галузі знань;
- інтегрувати знання, вирішувати складні завдання в умовах неповної інформації з урахуванням соціальної та етичної відповідальності за прийняті рішення;
- володіти методами проведення економічного аналізу і можуть давати науково обґрунтовану інтерпретацію отриманим результатам;
- чітко, аргументовано доводити до аудиторії фахівців наукову інформацію та свої висновки;
- володіти методологічними знаннями, уміти аналізувати, оцінювати і порівнювати альтернативи, що стосуються проблеми, уміти генерувати та оптимізувати нові рішення;
- оцінювати вплив рішень, що приймаються, на навколишнє середовище і соціум, мати професійну й етичну відповідальність за сталий розвиток суспільства;
- мати здатності роботи в міждисциплінарних командах, уміння адаптуватися до змін, сприяти соціальній згуртованості;
- мати здатності взаємодії і посередництва, розвинену міжкультурну толерантність і досвід міжкультурної взаємодії;
- мати підприємницький спосіб мислення і діяльності;
- вибирати необхідні методи дослідження, модифікувати існуючі та розробляти нові методи, виходячи із задач конкретного дослідження;
- обробляти отримані результати, аналізувати і осмислювати їх з урахуванням опублікованих матеріалів.

Вступне фахове випробування для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» складене на основі тем із наступних дисциплін:

1. Економічна теорія
2. Основи менеджменту
3. Маркетинг.

Організація вступного випробовування здійснюється відповідно до Правил прийому Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя у 2024 році та Положення про приймальну комісію ТНТУ.

## ЗМІСТ ПРОГРАМИ

### 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

Предмет, функції, принципи та категорії економічної теорії; система економічних законів; позитивна і нормативна економіка; методи пізнання економічних явищ та процесів.

Виробництво і його основні чинники; класифікація факторів суспільного виробництва; суспільні потреби, економічні ресурси; взаємодія потреб та інтересів; економічна система: сутність, структурні елементи та типи. Товарне виробництво; товар та його властивості; види та функції грошей; закон грошового обігу; інфляція: суть, причини виникнення, форми прояву та соціальні наслідки; закон вартості та його функції.

Власність як економічна категорія: типи, види, форми, суб'єкти та об'єкти; методи приватизації.

Суть та функції ринку; структура та інфраструктура ринку; товарна та фондова біржі; види випуску цінних паперів в Україні. Закони ринкової економіки; фактори, що впливають на зміну в попиті та пропозиції; механізм формування ринкової рівноваги; рівноважна ціна, поняття еластичності.

Монополія: суть, причини виникнення та форми; конкуренція: функції, форми та методи; антимонопольна політика.

Поняття підприємництва: принципи та форми; види господарських товариств.

Кругообіг фондів підприємства та їх структура; фізичний та моральний знос основного капіталу; витрати підприємства та їх класифікація; поняття собівартості та її елементи.

Доход підприємства: його форми та джерела утворення; показники ефективності підприємництва; заробітна плата: функції, форми, системи та рівні; ринок праці та проблеми зайнятості, біржа праці; види і форми безробіття.

Альтернативні підходи визначення мети маркетингу; концепції маркетингової діяльності; принципи та функції менеджменту; методи прийняття управлінських рішень.

Державне регулювання економіки: цілі, функції, форми методи та концепції державного регулювання.

Структура та функції фінансів; державний бюджет: доходи та видатки; дефіцит бюджету; державний борг та шляхи його покриття; роль податків в ринковій економіці, їх функції та класифікація; суть, принципи та види кредиту; банківська система.

Сутність процесу відтворення, його елементи та види; показники системи національних рахунків (ВВП, ВНП, ЧНП, НД, ОД); поняття національного багатства та його структура; суть, фактори та моделі економічного зростання; мультиплікатор.

Економічні кризи та їх причини; економічний цикл та його фази.

Закономірності формування, суть та організаційна структура системи

світового господарства; форми міжнародних економічних відносин; концепції світової торгівлі. Етапи розвитку світової валютної системи; валютні курси; котирування та конвертованість валют; форми державного валютного регулювання.

### ***Рекомендована література:***

1. Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Політекономія: навчальний посібник / Н.П. Мацелюх, І.А. Максименко, М.М. Теліщук та ін. Ірпінь: Університет ДФС України, 2018. 270 с.
2. Економічна теорія: навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, О.С. Марченко та ін.; за заг. ред. Л.С. Шевченко. Харків: Право, 2016. 268 с.
3. Економічна теорія. Політекономія / В. Семененко, Д. Коваленко, В. Бугас, О. Семененко. К.: Центр учбової літератури, 2019. 428 с.
4. Економічна теорія: підручник / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, Т.А. Щербакова та ін.; за заг. ред. В.Д. Лагутіна. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 608 с.
5. Економічна теорія: Підручник для вищої школи / за заг. ред. М.О. Соколова, М.І. Горлача. К.: Центр учбової літератури, 2017. 532 с.
6. Економічна теорія. Політекономія / В. Семененко, Д. Коваленко, В. Бугас, О. Семененко. К.: Центр учбової літератури, 2019. 428 с.
7. Основи економічної науки / Н. Мацелюх, О. Розум, І. Максименко, М. Теліщук. К.: Центр учбової літератури, 2019. 324 с.
8. Економічна теорія. Політекономія / В. Семененко, Д. Коваленко, В. Бугас, О. Семененко. К.: Центр учбової літератури, 2019. 428 с.
9. Лисенко С.М., Ляшок Я.О. Основи економічної теорії. Практикум. Навчальний посібник. / Лисенко С.М., Ляшок Я.О. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 268с.
10. Мацелюх Н. П. Економічні теорії в системі наукових економічних знань: навч. посібник / Н. П. Мацелюх, І. А. Максименко. 2-ге вид., перероб. та доп. К.: Центр учбової літератури, 2016. 226 с.
11. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка: підручник: у 2 кн. / С. М. Панчишин, П. І. Островерх, І. В. Грабинська та ін.; за ред. С. М. Панчишина і П. І. Островерха. 4-те вид., виправл. та доп. Л.: Апріорі, 2020. 648 с.
12. Базиліук А.В. Економічна теорія. Практикум: навчальний посібник / Базиліук А.В., Дерій Ж.В., Концева В.В., Хоменко І.О. К.: Центр учбової літератури, 2020. 312 с.
13. Економічна теорія: навч. посібник / О.А. Кулініч, Н.М. Зарецька, О.В. Нікітіна; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. Харків: ХДУХТ, 2016. 200 с.
14. Економічна теорія: навч. посібник для студентів спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 073 Менеджмент, 075 Маркетинг, 076 Підприємство, торгівля та біржова діяльність / За ред. С.І. Архієреєва. Харків: НТУ «ХП», 2020. 230 с.

15. Основи економічної теорії: навч. посібник / С. І. Архієреєв [та ін.]; ред. С. І. Архієреєв; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Харків: Іванченко І. С., 2018. 120 с.

16. Несененко П. П., Артеменко О. А., Патлатой О. Є.. Теоретичні основи економічної політики: навчальний посібник. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 306 с.

17. Петруня Ю. Є. Основи економічної теорії (для управлінців): навч. посіб. / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня, Н. С. Ковтун; Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2021. 131 с.

## 2. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ

Поняття «організація», класифікація організацій. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту; історія розвитку менеджменту; закони, закономірності та принципи менеджменту; процес управління; загальні та конкретні функції менеджменту. Фактори внутрішнього та зовнішнього середовища організації. Функція планування; етапи процесу планування; стратегія організації. Організація взаємодії як функція менеджменту; структура організації; елементи організаційної структури; горизонтальний та вертикальний поділ праці; централізовані та децентралізовані структури. Мотивування як функція менеджменту, її основні компоненти. Змістовні та процесійні теорії мотивації. Функція контролю в менеджменті. Види контролю. Сутність, елементи та процес управлінського контролю, його різновиди. Етапи контролю: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, корегування рішень. Система методів менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні. Зв'язок методів менеджменту з функціями менеджменту.

Інформація і комунікації в менеджменті. Елементи комунікаційного процесу, роль зворотнього зв'язку в комунікаціях. Причини комунікаційних перешкод, способи вдосконалення комунікацій в організації. Фактори які впливають на процес прийняття управлінських рішень. Етапи раціонального вирішення проблеми. Умови прийняття управлінських рішень: визначеності, ризику, невизначеності. Використання моделей для оптимізації прийняття рішень. Застосування прогнозування при прийнятті рішень. Роль формальних та неформальних груп в діяльності організації. Причини виникнення груп. Механізм виникнення неформальних груп в організації. Фактори, які визначають ефективність груп працівників. Суть функціональних та дисфункціональних конфліктів. Причини конфліктів в організації. Способи вирішення міжособових конфліктних ситуацій. Причини стресових ситуацій працівників організації. Способи усунення стресу працівників. Способи усунення опору перемінам. Керівництво та лідерство і їх вплив на ефективність менеджменту. Стили керівництва. Типи влади керівника та лідера. Основні показники та критерії ефективності менеджменту. Напрямки підвищення ефективності управлінської праці.

### **Рекомендована література:**

1. Основи менеджменту. Теорія і практика: Навч. посіб. / Г.Є. Мошек, І.П. Миколайчук, Ю.І. Палеха, Ю.В. Поканєвич, А.С. Соломко, О.В. Коваленко, Н.В. Коваленко, В.С. Ціпуринда, Г.П. Сиваненко, О.І. Белова; за заг. ред. проф. Мошека Г.Є. Київ: Вид-во Ліра-К, 2019. 528 с.
2. Федоренко В.Г. Менеджмент : підручник.: Алерта. 2018. 492 с.
3. Мазаракі А.А., О.Є. Кузьмін, Мельник О.Г. Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Харків: Фоліо, 2020. 846 с.
4. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 240 с.
5. Кузьмін О.Є. Менеджмент: навч. посіб. для самостійної роботи студента / О.Є.Кузьмін, О.Г. Мельник, Н.Я. Петришин. К.: Академвидав, 2022. 296 с.
6. Мельник, І.С. Процик, С.Б. Романишин, Р.З. Дарміць. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 196 с.
7. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський, вид. 4-е, перероблене і доповнене. К.: Кондор-Видавництво, 2020. 563 с.
8. Кравченко В.О. Основи менеджменту: Навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2018. 211 с.
9. Менеджмент: навч. посіб. // Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканєвич. За заг. редакцією Г. Є. Мошека. К.: Ліра-К, 2017. 550 с.
10. Макаренко І. І. Конспект лекцій з дисципліни “Менеджмент” / І. І. Макаренко. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 82 с.
11. Бутко М. П. Виробничий менеджмент: підручник / М. П. Бутко. К.: ЦУЛ, 2020. 400 с.
12. Саюн О.В. Основи менеджменту: Навч. посібник, Черкаси. 2019. 216 с.
13. Менеджмент: навч. посіб. / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник. Д.: Національний гірничий університет, 2017. 381 с.
14. Мостенська Т.Л., Новак В.О., Луцький М.Г., Ільєнко О.В. Менеджмент: підручник. 2-ге видання. К.: Кондор-Видавництво, 2018. 758 с.

### **3. МАРКЕТИНГ**

Суть та причини розвитку маркетингу. Основні категорії маркетингу. Основні принципи маркетингу та функції маркетингу. Сучасні тенденції розвитку маркетингу. Управління маркетингом. Концепції управління маркетингом та види маркетингу. Класифікація видів маркетингу. Етапи процесу управління маркетингом.

Поняття маркетингового середовища фірми. Характеристика мікросередовища фірми і його вплив на здатність фірми обслуговувати своїх клієнтів. Характеристика макросередовища фірми.



Значення маркетингової інформації для фірми. Концепція системи маркетингової інформації. Процес маркетингового дослідження. Класифікація методів маркетингового дослідження. Класифікація ринків та видів ринкового попиту. Споживчі ринки і купівельна поведінка споживача. Модель прийняття рішення про покупку. Ринки організованих споживачів і поведінка компаній-споживачів. Суть та поняття сегментації. Рівні сегментування. Принципи, методи та критерії сегментації ринку. Оцінка і вибір цільових ринків. Позиціонування з ціллю досягнення конкурентних переваг. Процес стратегічного маркетингового планування. Моделі прийняття стратегічних рішень. Види маркетингових стратегій. Суть товарної політики та фактори що впливають на її формування. Поняття товару. Рівні товару. Основні види класифікації товару. Використання товарних марок. Упаковка та її використання. Товарний асортимент і товарна номенклатура. Розробка нового товару. Процес планування нової продукції. Етапи життєвого циклу товару. Суть ціноутворення. Ціноутворення на різних типах ринків. Методи ціноутворення. Основні стратегічні підходи до проблеми ціноутворення. Державна політика регулювання цін. Суть та поняття збутової політики. Основні методи і системи збуту. Суть та значення каналів розподілу. Організація товароруку. Гуртова торгівля. Роздрібна торгівля. Суть комунікаційної політики. Реклама та її види. Планування рекламної компанії. Стимулювання збуту. Пропаганда. Особистий продаж.

#### ***Рекомендована література:***

1. Бабко Н.М. Поведінка споживача: навчальний посібник / Н.М. Бабко, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства. Київ.: Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
3. Балацький Є. О. Маркетинг: навчальний посібник / Є.О. Балацький, А.Ф. Бондаренко; Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397 с.
4. Безугла Л. С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 300 с.
5. Безугла Л.С. Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Дніпро: Видавець Біла К. О., 2019. 300 с.
6. Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. 125 с.
7. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Харків: УкрДАЗТ, 2017. 289 с.
8. Головна маркетингова книга від Олексія Філановського. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2018. 304 с.
9. Іванечко Н.Р. Конспект лекцій для вивчення дисципліни «Маркетинг» для студентів денної форми навчання ступеня вищої освіти «Бакалавр» / Н.Р.

Іванечко, Т.М. Борисова, Р.Б. Окрепкий, Л.Я. Турчин, Г.А. Заячківська, О.М. Стець, О.П. Обуд. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 56 с.

10. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Київ.: Центр учбової літератури, 2019. 252 с.

11. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Філіп Котлер, Гермаван Катарджая, Іван Сетьяван; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с. іл.

12. Литовченко І.Л. Інтернет- маркетинг. Київ: Знання, 2017. 198 с.

13. Маркетингові комунікації: навч. посіб. для студентів / П.В. Захарченко та ін. Київ: КНУБА, 2016. 151 с.

14. Навчальний посібник «Маркетингова діяльність підприємства», за заг.ред. Косенко О.П. Харків, НТУ «ХП», 2018. 1008с.

15. Окландер М.А., Кірнісова М.В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

16. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика / М.А. Окландер, О.П. Чукурна. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

17. Опорний конспект лекцій з курсу «Основи маркетингу» для студентів денної та заочної форм навчання усіх факультетів університету / Голда Н.М., Краузе О.І. Тернопіль, 2018. 96 с.

18. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

19. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Видавець, 2019. 240 с.

20. Попова Н.В. Маркетинг: підручник. Харків: В справі, 2016. 298 с.

21. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. –347 с., URL: [https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING\\_NAVCH.POSIBNYK\\_SENYSHYN-KRYVESHKO\\_FINAL\\_ALL.pdf](https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf)

22. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с.

23. Старостіна А.О. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

24. Траут Джек. Диференціюйся або помри / Джек Траут, Стів Рівкін; / пер. з англ. Я. Машико. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. 240 с.

25. Череп О.Г. Маркетинг. Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2021. 728 с.

# ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА ЗАВДАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ (ЗА ТЕМАТИЧНИМИ БЛОКАМИ)

## 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

1. Система економічних законів
2. Взаємодія потреб та інтересів
3. Фактори виробництва, їхній взаємозв'язок
4. Економічна система: структурні елементи та типи
5. Шляхи і методи приватизації та роздержавлення в Україні
6. Типи товарного виробництва. Властивості товару
7. Порівняльна характеристика теорії трудової вартості та теорії граничної корисності
8. Гроші: види та функції. Закон грошового обігу
9. Інфляція: види, причини та шляхи подолання
10. Риси, функції та структура ринку за критеріями
11. Сутність інфраструктури та її значення для функціонування ринку
12. Види випуску цінних паперів в Україні
13. Закони ринку: попиту, пропозиції, нецінові фактори, що впливають на зміну
14. Механізм формування ринкової рівноваги, рівноважна ціна
15. Види монополій
16. Функції, види та методи конкуренції
17. Форми прояву недосконалої конкуренції
18. Зміст, функції та принципи підприємництва
19. Організаційно-правові форми підприємництва
20. Види господарських товариств в Україні
21. Сутність капіталу, стадії та функціональні форми кругообігу
22. Особливості відтворення основного капіталу, амортизація
23. Класифікація витрат виробництва
24. Економічна роль прибутку, його види та функції
25. Структура собівартості, показники ефективності підприємництва
26. Функції та загальні принципи організації заробітної плати
27. Форми, системи та рівні оплати праці
28. Види та наслідки безробіття
29. Особливості, функції та умови функціонування ринку праці
30. Альтернативні концепції маркетингової діяльності
31. Принципи та функції менеджменту
32. Роль держави в ринковій економіці та її функції
33. Макроекономічні показники в системі національного рахівництва
34. Поняття та елементи національного багатства
35. Складові фінансової системи
36. Бюджетна система України. Сутність бюджетного дефіциту
37. Класифікація податків
38. Банківська система України

39. Роль та функції Національного банку
40. Кредитна система України
41. Світове господарство та його організаційна структура
42. Форми міжнародного поділу праці, економічна інтеграція
43. Альтернативні підходи у міжнародній торгівлі
44. Етапи еволюції міжнародної валютної системи
45. Сутність категорій валютний курс та конвертованість валют

## **2. ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ**

1. Сутність поняття «організація». Класифікація організацій
2. Принципи менеджменту
3. Основні функції менеджменту
4. Фактори внутрішнього середовища організації
5. Фактори зовнішнього середовища організації
6. Процесійний, ситуативний та кількісний підходи в управлінні
7. Визначення поняття менеджера
8. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту
9. Історія розвитку менеджменту
10. Закони, закономірності та принципи менеджменту
11. Ролі які виконують в організації керівники низової, середньої і вищої ланки управління
12. Функції менеджменту
13. Процес управління
14. Етапи процесу планування
15. Стратегія організації
16. Зміст організації взаємодії як функції менеджменту
17. Структура організації. Елементи організаційної структури
18. Горизонтальний та вертикальний поділ праці
19. Централізовані та децентралізовані структури
20. Мотивування як функція менеджменту
21. Змістовні та процесійні теорії мотивації
22. Функція контролю в менеджменті. Види контролю
23. Сутність, елементи та процес управлінського контролю, його різновиди
24. Етапи контролю: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, корегування рішень
25. Система методів менеджменту: адміністративні, економічні, соціально-психологічні
26. Зв'язок методів менеджменту з функціями менеджменту
27. Інформація і комунікації в менеджменті
28. Елементи комунікаційного процесу. Роль зворотнього зв'язку в комунікаціях

29. Причини комунікаційних перешкод. Способи вдосконалення комунікацій в організації
30. Фактори які впливають на процес прийняття управлінських рішень
31. Етапи раціонального вирішення проблеми
32. Умови прийняття управлінських рішень: визначеності, ризику, невизначеності
33. Використання моделей для оптимізації прийняття рішень
34. Застосування прогнозування при прийнятті рішень
35. Роль формальних та неформальних груп в діяльності організації
36. Причини виникнення груп. Механізм виникнення неформальних груп в організації
37. Фактори, які визначають ефективність груп працівників
38. Суть функціональних та дисфункціональних конфліктів. Причини конфліктів в організації
39. Способи вирішення міжособових конфліктних ситуацій
40. Причини стресових ситуацій працівників організації. Способи усунення стресу працівників
41. Способи усунення опору перемінам
42. Керівництво та лідерство і їх вплив на ефективність менеджменту
43. Стили керівництва. Типи влади керівника та лідера
44. Якості ефективних лідерів
45. Основні показники та критерії ефективності менеджменту. Напрямки підвищення ефективності управлінської праці

### **3. МАРКЕТИНГ**

1. Суть та причини розвитку маркетингу
2. Основні категорії маркетингу
3. Основні принципи маркетингу та функції маркетингу
4. Сучасні тенденції розвитку маркетингу
5. Управління маркетингом. Концепції управління маркетингом та види маркетингу
6. Класифікація видів маркетингу
7. Етапи процесу управління маркетингом
8. Поняття маркетингового середовища фірми
9. Характеристика мікросередовища фірми і його вплив на здатність фірми обслуговувати своїх клієнтів
10. Характеристика макросередовища фірми.
11. Значення маркетингової інформації для фірми
12. Концепція системи маркетингової інформації
13. Процес маркетингового дослідження
14. Класифікація методів маркетингового дослідження
15. Класифікація ринків та видів ринкового попиту
16. Споживчі ринки і купівельна поведінка споживача

17. Модель прийняття рішення про покупку
18. Ринки організованих споживачів і поведінка компаній-споживачів
19. Суть та поняття сегментації. Рівні сегментування
20. Принципи, методи та критерії сегментації ринку
21. Оцінка і вибір цільових ринків
22. Позичування з ціллю досягнення конкурентних переваг
23. Процес стратегічного маркетингового планування
24. Моделі прийняття стратегічних рішень
25. Види маркетингових стратегій
26. Суть товарної політики та фактори що впливають на її формування
27. Поняття товару. Рівні товару
28. Основні види класифікації товару
29. Використання товарних марок
30. Упаковка та її використання
31. Товарний асортимент і товарна номенклатура
32. Розробка нового товару
33. Процес планування нової продукції
34. Етапи життєвого циклу товару
35. Суть ціноутворення
36. Ціноутворення на різних типах ринків
37. Методи ціноутворення
38. Основні стратегічні підходи до проблеми ціноутворення
39. Державна політика регулювання цін
40. Суть та поняття збутової політики
41. Основні методи і системи збуту
42. Суть та значення каналів розподілу
43. Організація товароруху
44. Гуртова торгівля
45. Роздрібна торгівля
46. Суть комунікаційної політики
47. Реклама та її види
48. Планування рекламної компанії
49. Стимулювання збуту
50. Пропаганда. Особистий продаж

## КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

При оцінюванні знань за основу слід брати повноту і правильність відповідей. Загальна оцінка визначається як середня виважена з оцінок відповідей на усі запитання.

Рейтинговий бал	Характеристика відповіді
<b>181 – 200</b>	<p>Вступник:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ досконало володіє теоретичним навчальним матеріалом у розрізі всього комплексу дисциплін спеціальності для ґрунтовної відповіді на поставлені питання;</li> <li>✓ глибоко і повно оволодів понятійним апаратом, вільно та аргументовано висловлює власні думки;</li> </ul> <p>демонструє культуру спеціальної мови і використовує сучасну термінологію, цілісно, системно, у логічній послідовності дає відповідь на поставлені запитання.</p>
<b>141 – 180</b>	<p>Вступник:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ володіє теоретичним навчальним матеріалом у розрізі всього комплексу дисциплін спеціальності для відповіді на поставлені питання;</li> <li>✓ здатний застосовувати вивчений матеріал на рівні стандартних ситуацій; наводити окремі власні приклади на підтвердження певних тверджень;</li> <li>✓ грамотно викладає відповідь, але зміст і форма відповіді мають окремі неточності, припускає 2-3 непринципові помилки, які вміє виправити, добираючи при цьому аргументи для підтвердження певних дій.</li> </ul>
<b>100 – 140</b>	<p>Вступник:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ частково володіє навчальним матеріалом, здатний логічно відтворити значну його частину;</li> <li>✓ виявляє знання і розуміння основних положень навчального матеріалу, але викладає його неповно, непослідовно, припускається неточностей у визначенні понять, у застосуванні знань для вирішення практичних задач, не вміє доказово обґрунтувати свої думки; завдання виконує, але припускає методологічні помилки.</li> </ul>
<b>Менше 100 (не склав)</b>	<p>Вступник:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ має розрізнені безсистемні знання;</li> <li>✓ володіє матеріалом на елементарному рівні засвоєння, викладає його безладно, уривчастими реченнями;</li> <li>✓ припускає помилки у визначенні термінів, які приводять до викривленні їх змісту;</li> <li>✓ припускає принципові помилки при вирішенні типових ситуацій, не правильно виконує необхідні розрахунки;</li> <li>✓ не відповідає (або дає неповні, неправильні відповіді) на основні та додаткові питання.</li> </ul>