

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ АКАДЕМІКА ЮРІЯ БУГАЯ»

«ПОГОДЖЕНО»

Проректор з науково –
методичної роботи

_____ С.М. Коваленко

« ____ » _____ 2026 р.

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Голова приймальної комісії

_____ В.Ю. Бугай

« ____ » _____ 2026 р.

«ПОГОДЖЕНО»

Голова фахової атестаційної
комісії

_____ О.А. Карпенко

« ____ » _____ 2026 р.

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

на III курс для освітнього ступеня «Бакалавр»

Галузь знань D «Бізнес, адміністрування та право»

Спеціальність D5 «Маркетинг»

Освітня програма: «Діджитал маркетинг»

Розглянуто та схвалено на засіданні
кафедри менеджменту, маркетингу
та публічного адміністрування
протокол № 8 від «31» березня 2026 року
Укладач: Тульчинський Р.В

Київ – 2026

I. Пояснювальна записка

Призначення програми забезпечити проведення фахового випробування при вступі на III курс (з нормативним терміном навчання на вакантні місця) для здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» за галуззю знань D «Бізнес, адміністрування та право», спеціальністю D5 «Маркетинг», за умови вступу на споріднений напрям підготовки зі вступниками, яким (згідно Правил Прийому до ЗВО «МНТУ» у 2026 р.) надане таке право та виявлення рівня засвоєння знань та вмінь, визначених галузевими стандартами вищої освіти для бакалаврів.

Мета фахового випробування полягає у з'ясуванні рівня теоретичних знань і практичних умінь і навичок, необхідних для опанування нормативних і варіативних дисциплін за програмою підготовки фахівців кваліфікації бакалавр менеджменту, бакалавр маркетингу та бакалавр з публічного управління і адміністрування.

Завдання вступного випробування передбачають перевірку і оцінку знань та вмінь вступника.

Обов'язковою умовою є вільне володіння державною мовою.

Характеристика змісту програми. Програма складається з переліку питань, які відображають окремі аспекти напряму підготовки та інтегрує знання з дисциплін «Менеджмент», «Маркетинг», «Економічна теорія», передбачених програмою підготовки молодших спеціалістів.

II. Зміст програми

РОЗДІЛ «МЕНЕДЖМЕНТ»

Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту

Менеджмент та управління. Менеджмент як відокремлена сфера діяльності. Менеджери та підприємці. Рівні управління.

Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід; моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування.

Тема 2. Історія розвитку менеджменту

Передумови виникнення науки управління. Етапи розвитку менеджменту. Наукові школи менеджменту.

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний, системний, ситуаційний підходи. Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту

Закони менеджменту (спеціалізації, інтеграції, демократизації, економічності управління, оптимального поєднання централізації та децентралізації, пропорційного розвитку систем управління тощо). Закономірності менеджменту.

Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації. Класифікація принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

Тема 4. Функції та технологія менеджменту

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні), об'єднувальна функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретних і загальних функцій менеджменту. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних. Технологія менеджменту: сутність та етапи перебігу.

Тема 5. Планування як загальна функція менеджменту

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, види планування та їхній взаємозв'язок. Стратегічне планування: сутність, призначення, етапи, інструментарій, застереження. Тактичне планування: сутність та види. Етапи та механізм поточного планування діяльності підприємства. Інструментарій та призначення оперативного планування. Засади бізнес-планування. Сучасні управлінські технології планування: бюджетування, збалансована система індикаторів.

Тема 6. Організація як загальна функція менеджменту

Сутність функції «організація» та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності.

Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризація управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаментизація. Поняття організаційної структури управління та її багаторівневої побудови.

Тема 7. Мотивація як загальна функція менеджменту

Значення людського фактору в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівників. Поняття мотивації. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, стимулів, мотивів, цілей і винагород працівника в процесі мотивації. Теорії і моделі мотивації: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивації. Засоби мотиваційного впливу.

Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Тема 8. Контроль та регулювання як загальні функції менеджменту

Поняття контролю та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролю. Види контролю. Модель процесу контролю. Методи здійснення контролю. Зворотний зв'язок при контролі. Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи регулювання.

Тема 9. Методи менеджменту та проектування організації

Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керовану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Технологічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, функцій менеджменту та управлінських рішень. Організаційні структури управління. Етапи розробки організаційної структури управління. Схеми побудови організаційних структур управління

Тема 10. Управлінські рішення

Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень.

Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень. Врахування ризиків при прийнятті управлінських рішень.

Тема 11. Процес управління

Управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цільовизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанта дій, реалізація рішення, зворотній зв'язок. Особливості управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

Тема 12. Інформація і комунікації в менеджменті

Інформація, її види та роль у менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги до інформації.

Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок під час комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

Комунікаційний процес, його елементи та етапи. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні перевантаження.

Комунікації ділових партнерів. Особливості спілкування і проведення переговорів з іноземними контрагентами.

Тема 13. Керівництво та лідерство

Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примусу. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керівництва та континууму стилів керівництва. Характеристика та класифікація стилів керівництва. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Тема 14. Ефективність менеджменту

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінювання різних видів ефективності.

Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту, їх склад і методи визначення. Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність та різновиди відповідальності та етики у менеджменті. Культура менеджменту.

РОЗДІЛ «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Сутність маркетингу та його визначення. Основні підходи до визначення маркетингу. Основні передумови виникнення маркетингової діяльності.

Еволюція концепцій маркетингу. Основні функції маркетингу.

Товар. Класифікація товарів. Вартість і задоволення. Функціональне задоволення. Психологічне задоволення. Маркетингова комунікація, розподіл, ринок.

Концепція сучасного маркетингу. Суб'єкти маркетингу.

Тема 2. Система і характеристика сучасного маркетингу

Основні види маркетингу: за цілями обміну, сферами застосування, територіальними ознаками, ступенями ринкової орієнтованості. Видами діяльності, особливостями суб'єктів, охоплення сегменту, видами попиту.

Зовнішнє маркетингове середовище: мікросередовище та макросередовище. Складові зовнішнього середовища. Складові внутрішнього середовища.

Дослідження ринку та попиту. Поняття ринку. Кон'юнктурні дослідження.

Основні показники, що характеризують ринок. Типи ринків.

Тема 3. Маркетингові дослідження

Сутність маркетингових досліджень. Мета маркетингових досліджень.

Об'єкти маркетингового дослідження. Основні напрями маркетингових досліджень.

Вимоги до маркетингових досліджень. Процедура маркетингових досліджень.

Сегментування споживчого ринку. Оцінювання привабливості сегменту.

Маркетингові інформаційні системи. Класифікація маркетингової інформації. Загальна оцінка вторинної і первинної інформації.

Види маркетингових досліджень.

Тема 4. Маркетингова товарна політика

Комплекс маркетингу. Товар. Ціна. Розподіл товару. Просування товару.

Поняття маркетингової товарної політики. Поняття товару. Класифікація товарів. Послуга як товар. Особливості маркетингу послуг. Якість товару.

Чотири рівні якості товару. Упаковка товару. Тара. Конкурентоспроможність товару. Показники якості.

Поняття асортименту товарів. Формування асортименту. Асортиментна концепція.

Товарна номенклатура підприємства. Виробничий асортимент. Торговий асортимент.

Життєвий цикл товару. Сутність управління життєвим циклом товару.

Розробка нового товару. Товарний знак (товарна марка). Виробничий асортимент. Торговий асортимент.

Тема 5. Маркетингове ціноутворення

Сутність маркетингового ціноутворення. Основні цілі ціноутворення.

Основні функції ціни. Види цін.

Вибір методу ціноутворення залежно від ринкового стану.

Методи ціноутворення. Методи, орієнтовані на витрати, попит, конкурентів. Етапи процесу ціноутворення.

Цінові стратегії. Стратегії, пов'язані з виведенням нового товару на ринок.

Стратегії ціноутворення в межах товарної номенклатури. Встановлення остаточної ціни. Варіанти коригування цін.

Сутність і зміст методів непрямого ціноутворення.

Тема 6. Маркетингові комунікації

Сутність маркетингових комунікацій. Основні функції маркетингових комунікацій. Цілі маркетингових комунікацій. Просування товару.

Комунікаційні засоби, їх класифікація.

Процес маркетингової комунікації. Основні елементи процесу маркетингової комунікації.

Комплекс просування товарів. Цілі просування товару. Основні підходи при складанні бюджету просування товару. Оцінка комплексу просування товарів.

Реклама. Основні види реклами. Процес планування реклами.

Стимулювання збуту. Спрямованість стимулювання збуту. Засоби стимулювання власного торгового персоналу.

Персональний продаж. Паблік рилейшнз, його основні цілі.

Прямий маркетинг. Основні цілі прямого маркетингу. Форми прямого маркетингу.

Виставки та спонсорство. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу. Мерчандайзинг.

Тема 7. Маркетингова політика розподілу

Сутність політики розподілу. Мета та завдання політики розподілу. Канал розподілу. Рівень каналу розподілу. Довжина каналу розподілу. Ширина каналу розподілу. Функції каналів розподілу.

Посередники. Класифікація посередників. Прямий збут. Опосередкований збут. Фактори впливу на вибір посередника.

Оптова торгівля. Форми оптовий торговців. Роздрібна торгівля. Форми роздрібно торгівлі.

Фактори впливу на вибір каналів розподілу. Сутність управління каналами розподілу.

Вертикальні маркетингові системи.

Стратегії розподілу товарів. Рішення про структуру каналу та стратегію охоплення ринку. Стратегії впливу на посередників. Поняття логістики.

Тема 8. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємства

Організація відділу маркетингу. Ланка управління. Рівень управління.

Основні принципи організації відділу маркетингу. Функції відділу маркетингу.

Організаційні структури відділу маркетингу. Основні типові моделі інтегрованих маркетингових структур.

Зв'язок маркетингових служб з іншими відділами підприємства.

Контроль маркетингової діяльності. Етапи процесу контролю маркетингової діяльності.

РОЗДІЛ «ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ»

Тема 1. Економічна теорія в системі економічних наук. Потреби, ресурси та виробничі можливості суспільства

Економічна теорія в системі економічних наук. Предмет, рівні вивчення. Взаємозв'язок економічних наук. Цілі та функції економічної теорії. Особливість дії економічних законів. Економічна політика. Соціально-економічна сутність господарської діяльності. Виробничі відносини. Загальнонаукові і спеціальні методи пізнання соціально-економічних процесів. Позитивні і нормативні економічні погляди.

Зародження та етапи розвитку економічної думки. Основні напрями сучасної економічної думки. Кейнсіанство, неолібералізм, ордолібералізм, монетаризм, інституціоналізм.

Потреби як рушійний мотив виробничої діяльності. Економічні блага, їх властивості та класифікація. Кількісна та якісна оцінки блага. Закон спадної граничної корисності.

Суспільне виробництво, його фази, сфери, фактори. Альтернативне використання ресурсів. Межа виробничих можливостей. Способи поєднання факторів виробництва. Соціально-економічний устрій, критерії його ефективності. Еволюція суспільного устрою. Технологічний та формаційний підходи до визначення типів соціально-економічних систем. Моделі суспільного устрою. Економічне зростання та його фактори, форми. Науково-технічний прогрес.

Проблеми економіки України в умовах переходу до ринку та формування соціально орієнтованої ринкової економічної моделі..

Тема 2. Сучасні економічні системи. Національні моделі змішаних соціально-економічних систем. Держава в ринковій економіці

Виникнення і природа економічних систем. Об'єктивні основи еволюції економічних форм суспільного господарства. Еволюція технології способу виробництва. Інформаційне суспільство. Різниця та спільне економічних форм суспільного господарства.

Класифікація економічних систем. Залежність форми економічної діяльності і техніко-економічного укладу: замкнуте натуральне господарство, ремісниче господарство, капіталістична, колективістська, корпоративна економіка. Залежність між типом виробництва і споживання: натуральне, міське, національне господарство. Техніко-технологічний рівень виробництва: доіндустріальна, індустріальна, постіндустріальна, неоіндустріальна (інформаційна) економіка.

Сучасна ринкова економічна система, її економічна структура та відмінність системи вільного ринку. Змішана економіка. Національно-державні різновиди змішаної економіки. Ринкові і державні регулятори. Зростання ролі держави.

Національні моделі економічних систем. Особливості американської та японської системи менеджменту. Американська, японська, німецька, французька, шведська, китайська, південнокорейська моделі. Світова економічна система. Перехідні економічні моделі. Еволюційний, революційний переходи, модель «шокової терапії».

Тема 3. Економічні відносини власності. Перехідна економіка. Трансформація форм власності в Україні

Типи, форми і види власності. Економічний та юридичний зміст власності. Власність у системі виробничих відносин. Способи привласнення засобів виробництва і продукту. Приватна і суспільна власність. Трудова і нетрудова приватна власність. Експлуатація. Власні умови економічного розвитку. Історичні типи, види та форми власності.

Постійний і змінний капітал. Додана вартість. Еволюція основної суперечності і основного економічного закону капіталізму. Багатоукладна ринкова економіка як інтегрована єдність різноманітних видів та форм власності господарювання.

Сутність роздержавлення, приватизації в Україні. Способи приватизації. Особливості малої і великої приватизації. Розвиток підприємництва. Основні результати приватизації.

Необхідність державного втручання в економіку. Функції законодавчої і виконавчої влади. Цілі і методи державного регулювання економіки. Стратегічні і тактичні цілі.

Методи прямого і опосередкованого впливу. Адміністративні методи. Економічні методи – фінансова, грошово-кредитна політика; програмування і планування.

Економічні функції держави. Забезпечення правових засад функціонування ринкової економіки. Визначення політики макроекономічної стабілізації. Розподільча функція. Перерозподіл доходів і багатств. Захист конкуренції.

Тема 4. Товарне виробництво. Теорії вартості. Гроші.

Ринок та його інфраструктура

Об'єктивні основи становлення та еволюції економічних форм суспільного господарства. Натуральне господарство. Етапи суспільного поділу праці. Товарне виробництво просте і розвинуте. Товар і його властивості. Абстрактна і конкретна праця. Суспільно необхідні і індивідуальні витрати праці. Корисність і споживча вартість товару. Вартість товару. Мінова вартість.

Походження, суть і функції грошей. Форми мінової вартості. Еволюція форм грошей. Закон грошового обігу повноцінних грошей. Паперові гроші і специфіка паперово-грошового обігу. Способи регулювання. Сутність грошового обігу. Паперові гроші. Кредитні гроші. Закон грошового обігу. Історичний досвід України в творенні національної грошової одиниці. Суть і роль закону вартості.

Сучасна інфляція: суть, причини, соціально-економічні наслідки. Особливості інфляції в Україні.

Ринок, його економічна суть, суб'єкти та види. Функції ринку. Пробіли ринку. Загальні економічні передумови становлення ринкової економіки. Ринковий механізм, його функції і межі дії. Складові ринкового механізму. Графіки взаємодії попиту і пропозиції. Поняття ринкової рівноваги. Ціна рівноваги (графік). Фіксована ціна та її наслідки. Дефіцит. Надлишки.

Еластичність попиту і пропозиції та її фактори. Нецінові чинники попиту і пропозиції. Зв'язок ціни та сукупної виручки.

Тема 5. Підприємство і підприємництво. Особливості підприємництва в аграрному секторі

Сутність підприємництва, його роль у ринковій економіці. Ознаки і функції підприємництва. Сфери і типи підприємництва. Суб'єкти підприємництва. Малий бізнес. Проблеми розвитку цивілізованого підприємництва в Україні.

Види капіталу підприємства. Фактори і витрати виробництва. Виробнича функція. Кругообіг капіталу. Основний і оборотний капітал підприємства. Стадії кругообігу капіталу. Час виробництва. Час обігу. Річна маса. Фізичний і моральний знос основного капіталу. Амортизація. Амортизаційні фонди.

Принципи та методи управління фірмою. Елементи процесу управління. Внутрішнє і зовнішнє середовище управління. Соціальна відповідальність та етика. Моделі прийняття рішень.

Менеджмент, його задачі. Маркетинг в системі управління фірмою.

Суб'єкти і об'єкти, організаційно-правові форми підприємництва в аграрному секторі. Вплив природних факторів агробізнесу. Земельна власність: володіння, користування, розпорядження. Селянське фермерське господарство.

Рентні відносини. Джерела земельної ренти. Кращі і гірші умови господарювання. Отриманий і середній прибуток.

Диференційна рента I. Диференційна рента II. Монопольна, абсолютна рента. Ціна землі.

Агропромислова інтеграція та її форми. Спеціалізація та інтеграція. АПК.

Механізм реалізації аграрних відносин в умовах ринкової економіки. Державне регулювання агроринку: загальнодержавне регулювання, аграрна політика, безпосереднє регулювання ринку.

Ціни на аграрну продукцію. Фактори формування. Гарантована ціна. Закладна ціна. Цільова ціна. Ціни підтримки. Паритет цін. Бюджетне субсидування і оподаткування

агробізнесу. Кредитування агробізнесу. Кооперативи у сфері агробізнесу.

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства. Ринки різного ступеня конкурентності

Ефективність виробництва: суть, типи. Позитивний та негативний ефект росту масштабів виробництва. Закон оптимальності. Закон спадної граничної продуктивності.

Загальна природа витрат виробництва, їх види і структура. Постійні та змінні витрати. Граничні та маржинальні витрати. Правило користування ресурсів. Закон найменших витрат. Витрати виробництва у короткостроковому періоді.

Валовий дохід. Підприємницький дохід. Категорії середнього, валового та граничного доходу. Принципи зіставлення валового доходу із валовими втратами та граничного доходу із граничними втратами.

Поняття прибутку. Фактори, які визначають розмір прибутку. Типи прибутку: нормальний, економічний. Максимізація прибутку підприємства (фірми). Фактори, які визначають розмір прибутку в умовах досконалої та недосконалої конкуренції. Закон підприємницького доходу – закон диференційованої норми прибутку.

Ознаки й умови досконалої конкуренції. Поняття одного продавця, ринкової (монопольної) влади у вузькому та широкому розумінні слів. Ознаки "чистої" монополії: один продавець, відсутність заміників товару, бар'єри для доступу конкурентів у монополізовану галузь тощо. Поведінка олігополістів: некооперативна й кооперативна. Цінові війни за некооперативної поведінки.

Спільні риси та відмінності монополістичної конкуренції порівняно з досконалою конкуренцією та чистою монополією. Диференціація виробів. Цінова дискримінація.

Тема 7. Макроекономічні показники національної економіки. Економічні коливання. Зайнятість, безробіття

Поняття валового внутрішнього продукту (ВВП). Методи розрахунку ВВП: виробничий, кінцевого використання, розподільчий. Валова та додана вартість. Сутність і розрахунки макроекономічних показників ВВП на душу населення. Валовий національний дохід. Валовий національний використовуваний дохід.

Номинальний та реальний ВВП. Темпи зростання та приросту ВВП. Похідні макроекономічні показники: ЧВП, ЧНД, НД, ОД, ВД. Національні заощадження. Особистий дохід.

Використовуваний дохід. Національне багатство. Постійні та поточні ціни.

Дефлятор ВВП. Індекси цін (індекс Леспейреса, індекс споживчих цін, індекс Пааше, індекс Фішера) та їх недоліки. Методи коригування макроекономічних показників: інфлювання та дефлювання. Фактичний та потенційний обсяг національного виробництва. Чистий економічний добробут (ЧЕД). Нові макроекономічні показники: індекс людського розвитку, індекс економічної свободи, рівень глобалізації, рівень тінізації.

Безробіття як порушення макроекономічної рівноваги. Концепції зайнятості та їх еволюція. Теорії безробіття: класична, кейнсіанська, концепція природного безробіття Фрідмана. Інституційне та неінституційне населення. Економічно активне населення. Економічно неактивне населення (поза робочою силою). Зайнятість і безробіття як макроекономічні явища. Форми зайнятості. Рівень зайнятості. Функції безробіття. Рівень безробіття. Основні види безробіття: фрикційне, структурне, циклічне. Природний рівень безробіття. Приховане безробіття та прихована зайнятість. Соціально-економічні наслідки безробіття. Зв'язок інфляції та безробіття. Крива Філіпса. Закон Оукена. Заходи держави, спрямовані на обмеження безробіття.

Тема 8. Сукупний попит і сукупна пропозиція. Економічна рівновага в національній економіці

Сукупний попит (AD) і його складові. Причини падіння кривої AD. Переміщення кривої AD. Нецінові фактори AD. Сукупна пропозиція (AS). Крива AS та її переміщення. Крива довгострокової AS. Нецінові фактори AS. Теорії кривої довгострокової AS. Чинники

AS в короткостроковому періоді. Цінові та нецінові чинники короткострокової AS. Рівновага AD і AS. Товарний ринок і крива IS. Ринок грошей.

Теорії загальної рівноваги. Закон Сея. Заощадження, інвестиції й норма відсотка. Теорія зайнятості. Кейнсіанська макроекономічна модель. Теорія ефективного попиту. Механізм досягнення рівноваги в економіці на окремих відрізках кривої сукупного пропонування. Ефект храповика.

Мультиплікативний вплив сукупних витрат на валовий внутрішній продукт. Рівноважний ВВП в умовах неповної та повної зайнятості. Рецесійний розрив як наслідок дефіциту сукупних витрат. Інфляційний розрив як наслідок надмірних сукупних витрат. Графічні моделі рецесійного та інфляційного розриву.

Тема 9. Домогосподарства як суб'єкти ринкової економіки. Відтворення людських ресурсів. Доходи, їх формування та розподіл. Соціальна політика держави

Домогосподарства як суб'єкти ринкових відносин. Сутність та функції домогосподарств.

Доходи домогосподарств: джерела та розподіл. Трансфертні платежі. Прожитковий мінімум. Оптимальний споживчий бюджет. Витрати на споживання. Заощадження та споживання домогосподарств. Споживчі витрати і поведінка споживачів. Ефект доходу. Ефект заміни. Споживчий надлишок. Максимізація граничної корисності.

Доход від трудової та підприємницької діяльності. Доходи від власності. Матеріальна основа мотивації людей до господарювання.

Суспільні доходи та благодійні фонди споживання. Соціальні фонди держави. Фонди спільного задоволення потреб. Фонди для непрацездатних.

Людські ресурси суспільства. Населення. Економічно активне населення. Зайняти економічною діяльністю. Безробітні. Трудові ресурси. Працездатне населення. Працездатний вік.

Відтворення населення і ресурсів для праці. Міграційні процеси. Соціальний рух населення. Типи і режими відтворення населення. Зайнятість населення. Продуктивна (ефективна) та раціональна зайнятість.

Проблеми зайнятості в Україні. Скорочення попиту на працю. Регіональні проблеми зайнятості. Сільське безробіття. Приховане безробіття. Неформальна і нетоварна зайнятість.

Безробіття. Сутність та види безробіття – структурне, фрикційне, циклічне. Закон Оукена.

Тема 10. Капітал. Відтворення на рівні макроекономіки. Споживання, заощадження та інвестиції. Типи економічного зростання

Загальна характеристика споживання та заощадження. Дохід після оподаткування. Споживання як функція доходу після сплати податків. Фактори, що визначають рівень споживання та заощадження. Недоходні фактори споживання та заощадження: багатство, ціни, очікування, споживча заборгованість, оподаткування. Заощадження як функція доходу після оподаткування. Автономне споживання та чинники, що його визначають. Середня схильність до споживання та середня схильність до заощадження. Гранична схильність до споживання та гранична схильність до заощаджень. Графіки функцій споживання та заощадження. Кейнсіанська функція споживання. Основний психологічний закон Кейнса. Теорія споживання Фішера. Теорія споживання Кузнеца. Гіпотеза життєвого циклу Модільяні. Гіпотеза постійного (перманентного) доходу Фрідмена.

Економічний зміст та види інвестицій. Валові інвестиції. Чисті інвестиції. Амортизація. Очікувана норма чистого прибутку та процентна ставка як основні фактори інвестиційного попиту. Графік інвестицій. Взаємозв'язок між інвестиціями та заощадженнями. Автономні інвестиції. Кейнсіанська теорія автономних інвестицій. Гранична ефективність капіталу. Мультиплікатор інвестицій: сутність та методи виміру. Простий та ускладнений мультиплікатори інвестицій. Індуційовані інвестиції. Модель акселератора. Коефіцієнт акселерації. Модель взаємодії мультиплікатора – акселератора.

Тема 11. Регулюючі функції держави. Кредитно-грошова і фінансово-бюджетна політика. Державний борг

Основні економічні функції держави. Класична теорія макроекономічного регулювання. Основні положення кейнсіанської теорії. Альтернативні теорії макроекономічного регулювання. Монетаристська теорія. Теорія адаптивних та раціональних очікувань. Засоби економічної політики: адміністративні та нормативно-правові (планування, антимонопольне регулювання, протидія затуханню конкуренції, розробка державних стандартів та норм, ліцензування, обмеження виробництва, імпорту, експорту і т. ін.) та соціально-економічні (бюджетно-податкові, грошово-кредитні, соціальні та зовнішньоекономічні політика). Суперечність цілей макроекономічної політики та проблема її координації.

Грошово-кредитна система. Рівні кредитної системи. Центральні і комерційні банки. Інструменти впливу Центрального банку на пропозицію грошей. Політика «дорогих» та «дешевих» грошей.

Бюджетна система. Державний бюджет. Державний борг: сутність, причини, види. Взаємозв'язок дефіциту бюджету та державного боргу, їх вплив на економіку. Податкова система та її структура. Автоматична фіскальна політика. Податки як вмонтовані стабілізатори економіки. Ефект вмонтованих стабілізаторів в умовах спаду та інфляційного зростання. Обмеженість вмонтованих стабілізаторів і необхідність дискреційної фіскальної політики. Фіскальна політика, спрямована на пропонування. Попит і пропонування як об'єкти податкового варіанту фіскальної політики. Стимулюючий варіант впливу податків на пропонування. Крива Лаффера та можливість її практичного застосування.

Тема 12. Світове господарство. Економічні аспекти глобальних проблем

Основні риси світового господарства та закономірності його розвитку. Поняття світового господарства. Світові ринки. Інтернаціоналізація і міжнародний поділ праці. Міжнародна спеціалізація і кооперація виробництва. Економічна інтеграція. Види інтеграційних об'єднань.

Сутність світової торгівлі. Типи торгівельної політики: лібералізм, протекціонізм. Провідні тенденції розвитку світової торгівлі. Мито. Ставки мита. Нетарифні бар'єри. Міжнародні торгівельні організації. Принципи діяльності СОТ, ГАТТ.

Сутність, форми вивозу і причини вивозу капіталу. Світові фінансові центри.

Сутність та причини міжнародної міграції робочої сили. Форми та тенденції міграції робочої сили. Міграційна політика та соціально-економічні наслідки міжнародної міграції. Імміграційні квоти.

Сутність та форми міжнародних науково-технічних зв'язків. Трансфер технологій.

Світова валютна система. Валютний курс. Паритет. Міжнародна валютна система, її еволюція. Колективна валюта.

Проблеми інтеграції економіки України у світове господарство.

Причини виникнення, сутність і класифікація глобальних проблем. Глобальні проблеми, їх класифікація, шляхи розв'язання.

РОЗДІЛ «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Сутність маркетингу, його цілі й завдання

Розвиток маркетингу — одна з головних умов виходу підприємства на світовий ринок. Методологічні підходи до характеристики маркетингу: концептуальний, функціональний, товарний, системно-поведінковий, інституційний, національний та управлінський.

Походження та еволюція концепції маркетингу. Виробничий, товарний, збутовий та соціально-етичний маркетинг. Основні поняття маркетингу: потреби, цінності, побажання, попит, товар, вартість, задоволення, обмін та ринок.

Тема 2. Основні характеристики маркетингу

Принципи маркетингу: свобода вибору мети, завдань, стратегії і тактики;

направленість на споживачів; спрямованість на кінцевий результат діяльності; активна ринкова політика; науковий підхід до розв'язання маркетингових проблем; комплексність дій; оптимальне поєднання централізації та децентралізації управління маркетинговою діяльністю; наявність відповідної інфраструктури та фахівців.

Система засобів маркетингу. Маркетингова суміш та її елементи. Види сучасного маркетингу. Взаємозв'язок попиту та видів маркетингу.

Тема 3. Маркетингові дослідження

Роль, мета і предмет маркетингових досліджень, їх основні принципи та завдання. Види маркетингових досліджень та їх характеристика: кабінетні, польові, пробного продажу, панельні, фокус-груп, ділових контактів. Алгоритм маркетингового дослідження.

Маркетингова інформація та її класифікація. Методи збирання первинної та вторинної маркетингової інформації. Джерела маркетингової інформації. Алгоритм збирання та інтерпретації маркетингової інформації. Навколишнє бізнес-середовище та мікросередовище підприємства як об'єкти маркетингових досліджень. Дослідження ринку, споживачів та конкуренції. Маркетингові дослідження підприємства. Світовий досвід дослідження ринків.

Тема 4. Маркетингова товарна політика

Маркетингова товарна політика підприємства та її структура. Концепція та життєвий цикл товару (ЖЦТ). Особливості маркетингу на різних етапах ЖЦТ. Конкурентоспроможність товару та методи її визначення. Управління товарним асортиментом і номенклатурою товарів підприємства. Аналіз беззбитковості та збільшення випуску товарів. Горизонтальна, вертикальна та латеральна диверсифікація виробничої програми. Проблеми управління продукцією підприємства.

Тема 5. Маркетингова цінова політика

Маркетингова цінова політика підприємства та її види. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни. Система чинників ціноутворення. Попит та його еластичність. Управління цінами підприємства. Ринкові стратегії (політики) ціноутворення.

Методи прямого ціноутворення, їх різновиди та характеристика. Метод простих формул. Метод «середні витрати + прибуток». Розрахунок цін на підставі маржинальних витрат. Методика встановлення цін на підставі попиту та з урахуванням умов конкуренції. Непряме маркетингове ціноутворення. Політика знижок. Кредитна політика підприємства.

Тема 6. Маркетингова політика розподілу

Сутність маркетингової політики розподілу. Канали розподілу та їх функції. Типи каналів та їх характеристика. Формування каналів розподілу. Структура каналу та методи його формування. Економічні чинники вибору структури каналу розподілу. Комбіновані та множинні канали розподілу.

Тема 7. Маркетингова політика просування

Управління каналами просування та його особливості. Оцінка збутової діяльності та її критерії. Ліквідація конфліктів у каналах просування. Посередницька діяльність у каналах просування. Посередницькі підприємства торговельних посередників: агенти, брокери, повірені, комісіонери, оптовики, відділи продажу, сервісні фірми, асемблери, торгові дома. Маркетингові функції посередника. Логістичні системи просування.

Тема 8. Сутність та види маркетингових комунікацій

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм формування комплексу. Визначення завдань маркетингової комунікації. Засоби комунікацій: реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж, прямий маркетинг, товар, система розподілу. Вибір засобів впливу.

Тема 9. Реклама в маркетинговій діяльності підприємства

Реклама та її завдання. Класифікація. Алгоритм прийняття рішення з рекламування. Бюджет реклами. Рекламне звернення. Носії реклами, Тестування реклами.

Тема 10. PR в маркетинговій діяльності підприємства

Пропаганда, її цілі та форми. Стимулювання збуту та його основні засоби, переваги

та недоліки. Мотивування покупця.

Тема 11. Інтернет - маркетинг

Використання Інтернету в маркетинговій діяльності. Інтернет-маркетинг і традиційний маркетинг: схожість і відмінності. Електронний бізнес та електронна комерція: масштаби та перспективи розвитку. Реклама з використанням Інтернету. Стимулювання збуту в Інтернеті.

Тема 12. Організація та контроль маркетингу

Принципи формування служби маркетингу підприємства. Алгоритм формування маркетингової організаційної структури підприємства. Функціональна, товарна та матрична модель побудови відділу маркетингу. Модель орієнтована на ринки.

Контроль маркетингової діяльності підприємства та його поширення. Контроль річних планів збуту, ефективності маркетингових заходів, прибутковості.

Тема 13. План маркетингу підприємства

Сутність поняття «новий товар». Класифікація нових товарів. Продукція першого, другого та третього рівнів. Алгоритм планування нових товарів. Рейтингова оцінка нових товарів. Позиціонування продукції. Торгова марка, знак та назва. Упаковка товару. Причини невдач нових товарів.

Тема 14. Міжнародний маркетинг

Міжнародний маркетинг: загальний огляд. Міжнародне середовище: економічний аспект. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Міжнародне політико-правове середовище. Вибір зарубіжних ринків. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.

III. Контрольні питання для вступників, складені на підставі пропонованої програми:

Розділ «Менеджмент»

1. Визначення поняття «менеджмент».
2. Зв'язки в організації: їх види та сутність.
3. Ресурси організації: сутність, види.
4. «Зовнішнє середовище організації»: визначення, складові та їх значення.
5. Фактори, що характеризують внутрішнє середовище організації.
6. Фактори, що характеризують пасивну стратегію підприємства.
7. Фактори, що охоплює формулювання місії організації.
8. Стратегічне планування: сутність та складові.
9. Сутність організації в теорії управління.
10. Визначення терміну «організація».
11. Характерні ознаки неформальної організації.
12. Загальні характеристики усіх функцій управління.
13. Функції управління: сутність та види.
14. Сутність комунікації в теорії управління.
15. Основні концепції мотивації.
16. Основні умови функціонування організації.
17. Фактори, що характеризують активну стратегію підприємства.
18. Основні типи адміністративного апарату.
19. Принципи делегування повноважень.
20. Сутність терміну «повноваження».
21. Процес створення ієрархії.
22. Відповідальність: визначення, зміст, функції.
23. Мотивація як функція управління.
24. Функція управління «мотивація» та процеси, які вона забезпечує.
25. Ієрархія потреб Маслоу.
26. Двофакторна теорія мотивації Герцберга.

27. Процесуальні теорії мотивації: сутність та види.
28. Сутність термінів «мотив» та «стимул».
29. Сутність потреб згідно з теорією мотивації.
30. Первинні потреби у теорії мотивації, їх сутність та види.
31. Контроль: поняття, види, значення.
32. Недоліки матричної організаційної структури.
33. Чинники, що обумовлюють вибір організаційної структури.
34. Проектна структура організації: сутність та переваги.
35. Стили керівництва, їх сутність та види.
36. Складові стратегічного планування.
37. «Рівень управління»: визначення та структура.
38. Основні функції керівників нижнього, середнього та верхнього рівня керівництва.
39. «Організаційна структура управління»: сутність та значення.
40. Типи органічних організаційних структур.
41. Передумови вибору дивізійної організаційної структури; типи дивізійних організаційних структур.
42. Концепція бюрократії: автор, зміст, поняття, основні характеристики.
43. Характеристики зовнішнього середовища, що враховуються при проектуванні організації.
44. Ситуаційні чинники, що впливають на проектування організації.
45. Характеристика складності та динамізму зовнішнього середовища при проектуванні організації
46. Чинники впливу зовнішнього середовища на організацію.
47. Фактори, що характеризують організаційну культуру організації.
48. Сутність та складові прийняття управлінських й організаційних рішень.
49. Класифікація управлінських рішень за: характером управлінської ситуації, належністю до об'єктів управління та терміном дії наслідків рішення.
50. Сутність професії менеджера.

Розділ «Економічна теорія»

1. Основні відмінності економічних і природничих законів.
2. Основні положення економічної школи фізіократів, меркантилістів, класичної політекономії, кейнсіанства, монетаризму, соціально орієнтованого ринкового господарства.
3. Загальна формула руху капіталу. Сутність постійного і змінного капіталу.
4. Сутність фрикційного, структурного, циклічного безробіття і способи боротьби з ним.
5. Сутність повної зайнятості, природного рівня зайнятості. Закон Оукена.
6. Формула вартості Маркса. Сутність основного протиріччя капіталізму за Марксом.
7. Ознаки класифікації економічних систем (чисто ринкова, командно-адміністративна, змішана).
8. Особливості національних моделей ринкової економіки (американської, німецької, французької, шведської, японської).
9. Причина суттєвого масштабу державного підприємництва в змішаній економіці.
10. Спосіб розрахунку номінальної вартості приватизаційного сертифіката в Україні. Особливості малої і великої приватизації в Україні.
11. Сутність понять роздержавлення, приватизація, комерціалізація.
12. Фази суспільного виробництва.
13. Закон вартості. Функції закону вартості: стихійний регулятор пропорцій суспільного виробництва, основа диференціації товаровиробників, стимулювання розвитку продуктивних сил.

14. Сутність трудової, маржиналістської, альтернативної, інформаційної теорії вартості.
15. Передумови переходу від натуральної до товарної форм господарювання.
16. Еволюція мінового співвідношення обміну (просте, розгорнуте, еквівалентне, грошове).
17. Нерівноваги попиту і пропозиції (дефіцит, надлишок).
18. Нецінові чинники попиту і пропозиції. Еластичність попиту і пропозиції.
19. Відмінності власних, залучених і позичених джерел інвестицій.
20. Відмінності відтворення основного і оборотного капіталу.
21. Механізм утворення диференційної ренти I, II, монопольної та абсолютної земельної ренти.
22. Механізм дії закладної, гарантованої і цільової ціни на сільгосппродукцію.
23. Причини регулювання державою підприємництва в агросекторі.
24. Ступінь нерівномірності розподілу доходів в суспільстві (крива Лоренца).
25. Основні ознаки міжнародної валютної системи золотого стандарту (Паризької), золотодевізної (Генуезької), золотовалютної (Бреттон-Вудської), плаваючих курсів (Ямайської).
26. Основні принципи СОТ. Сутність фрітрейдерської і протекціоністської політики.
27. Основні етапи економічної інтеграції (зона вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз, повна інтеграція).
28. Ознаки ринку досконалої конкуренції, монополії, монополістичної конкуренції та олігополії.
29. Стратегії досконало-конкурентного підприємства (максимізації прибутку, мінімізації збитку і закриття). Вибір оптимального обсягу виробництва.
30. Закон спадної граничної корисності, продуктивності. Виробнича функція.
31. Типи витрат виробництва. Нормальний, економічний і бухгалтерський прибуток.
32. Сутність граничної норми технологічного заміщення ресурсів виробництва та субституції.
33. Сутність короткотермінового і довготермінового періоду в мікро- та макроекономіці.
34. Графіки сукупних витрат (ТС), змінних (VC) та постійних (FC). Точка беззбитковості.
35. Основні макроекономічні показники.
36. ВВП та методи його розрахунку. Номінальний та реальний ВВП. Поточні та порівнянні ціни.
37. Індекс споживчих цін та індекс цін (дефлятор) ВВП.
38. Сукупний попит (AD) і пропозиція (AS): сутність, графічна інтерпретація. Вплив нецінових чинників в моделі AD-AS.
39. Грошові агрегати. Рівняння Фішера.
40. Мультиплікація грошової бази банківською системою.
41. Роль процентної ставки в економіці. Номінальна та реальна процентна ставка.
42. Крива Лоренца, децильний коефіцієнт, коефіцієнт Джині.
43. Кейнсіанська функція споживання. Індуційоване та автономне споживання. Чинники автономного споживання.
44. Інвестиції в основний капітал. Кейнсіанська функція інвестицій.
45. Стабілізаційна політика. Сутність та роль складових стабілізаційної політики. Взаємозв'язок між фіскальною та монетарною політикою.
46. Лаги стабілізаційної політики. Очікування і стабілізаційна політика.
47. Фіскальна політика дискреційна. Автоматична фіскальна політика, вмонтовані стабілізатори.
48. Крива Лаффера.

49. Сутність, цілі та інструменти монетарної політики, її передавальний механізм.
50. Чинники впливу на валютний курс. Фіксований і плаваючий валютний курс.

Розділ «Маркетинг»

1. Зміст, принципи, завдання та функції маркетингу.
2. Еволюція маркетингу. Суть концепцій виробництва та збуту.
3. Кон'юнктура ринку та фактори її формуючі.
4. Основні маркетингові стратегії.
5. Система засобів маркетингу та його структура. Тактичне й оперативне планування маркетингу; бізнес-план.
6. Суть маркетингової цінової політики.
7. Алгоритм маркетингового розрахунку цін.
8. Маркетингова інформація. Види маркетингової інформації.
9. Криві попиту та пропозиції. Сутність еластичності попиту.
10. Існуючі методи збирання інформації.
11. Стратегії маркетингу в залежності від стану попиту на продукцію підприємства та їх застосування на різних фазах життєвого циклу.
12. Види маркетингових програм. Принципи планування маркетингу.
13. Зміст та стадії планування асортименту товарів та послуг в комплексі маркетингу.
14. Структура плану маркетингу підприємства.
15. Суть маркетингових та ринкових досліджень.
16. Перспективні напрямки розробки товарів та послуг по споживчим комплексам.
17. Вимоги до сучасної реклами. Порівняльна характеристика засобів реклами. Закон України «Про рекламу».
18. Глобальні стратегії міжнародного маркетингу: диверсифікація, сегментація та інтернаціоналізація.
19. Аналіз взаємозв'язку між прибутком та питомою вагою ринку фірми. Зміст моделі Портера та її відмінність від моделі Портфілію.
20. Стратегії ринкових війн та їх значення на сучасному етапі розвитку бізнесу в Україні. Стратегічна модель Бове.
21. Концентрований та дисперсний виходи на ринок. Дії підприємства на внутрішньому ринку та на нейтральних ринках..
22. Визначення місткості ринку. Нормативні методи прогнозування.
23. Методи математичного моделювання та їх застосування в прогнозуванні кон'юнктури ринку.
24. Стратегії ціноутворення в комплексі маркетингу.
25. Оцінка конкурентоспроможності фірми. Теорія ефективної конкуренції.
26. Соціологічні методи в маркетингових дослідженнях. Види запитань.
27. Просування товарів на ринок: створення образів та стимулювання попиту покупців.
28. Організаційні ознаки управління маркетингом на підприємствах.
29. Розподіл продукції та послуг. Форми та методи ефективного збуту.
30. Методичні ознаки визначення бюджету на маркетинг та рекламу.
31. Організаційні форми міжнародного маркетингу в Україні.
32. Сутність та завдання реклами. Формула ефективної реклами. Види реклами та їх характеристика. Методи оцінки ефективності реклами.
33. Кореляційно-регресійний аналіз ефективності маркетингу і реклами.
34. Посади спеціалістів з маркетингу та кваліфікаційні вимоги до них.
35. Сегментація ринку. Демографічні та психографічні ознаки сегментації.
36. Маркетинг ділових стосунків. Вимоги до ділової кореспонденції. Типи ділових прийомів.
37. Класифікація витрат підприємств. Сутність внеску у прибуток.
38. Аналіз беззбитковості підприємств.

39. Характеристика етапів процесу продажу та його особливості на ринках країн.
40. Зміст SWOT- аналізу та його значення при визначенні конкурентних позицій підприємства.
41. Дослідження поведінки споживачів у промисловому маркетингу. Характеристика стадій досліджень поведінки споживачів в процесі маркетингового дослідження.
42. Дослідження навколишнього середовища маркетингу.
43. Методи прямого та непрямого ціноутворення. Методика встановлення цін за географічною ознакою.
44. Маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів.
45. Суть маркетингової політики комунікацій. Засоби впливу маркетингових комунікацій.
46. Ідентифікація маркетингових сегментів та вибір цільових ринків.
47. Суть маркетингової товарної політики. Основи стимулювання збуту.
48. Управління продукцією фірми; життєвий цикл продукту. Якість і конкурентоспроможність продукції.
49. Суть та система маркетингового планування. Організація маркетингового планування.
50. Загальна концепція управління каналами розподілу; франчайзингові системи. Оцінка каналів розподілу.

IV. Критерії оцінювання знань вступників

Фахове вступне випробування виконуються у вигляді завдань трьох рівнів складності.

I рівень – 5 завдань.

Завдання на знання основних фундаментальних визначень програми фахового вступного випробування з менеджменту, тобто надаються завдання з вимогою чіткої відповіді. Кожне завдання оцінюється як 0,5 балів (максимальна кількість за I рівень – 2,5 бали).

II рівень – 3 завдання.

Застосування програмного матеріалу з економічної теорії у змінених та ускладнених ситуаціях, тобто надаються завдання з вимогою короткої відповіді. Кожне завдання оцінюється 1,5 балами (максимальна кількість за II рівень – 4,5 бали).

III рівень – 2 завдання.

Містить завдання з маркетингу, в яких необхідно надати змістовну ґрунтовну відповідь. Завдання оцінюється 2,5 балами (максимальна кількість за III рівень 5 балів).

Таким чином вступник може отримати за змістовні відповіді дев'яти завдань – 12 балів. Після цього загальна оцінка кожного вступника підлягає переведенню за 200-бальною шкалою згідно з правилами прийому до МНТУ у 2024 році.

Таблиця переведення загальної оцінки вступника в шкалу 100-200

1	100		4	120		7	150		10	180
1,1	100		4,1	121		7,1	151		10,1	181
1,2	100		4,2	122		7,2	152		10,2	182
1,3	100		4,3	123		7,3	153		10,3	183
1,4	100		4,4	124		7,4	154		10,4	184
1,5	100		4,5	125		7,5	155		10,5	185
1,6	100		4,6	126		7,6	156		10,6	186
1,7	100		4,7	127		7,7	157		10,7	187
1,8	100		4,8	128		7,8	158		10,8	188
1,9	100		4,9	129		7,9	159		10,9	189
2	100		5	130		8	160		11	190
2,1	101		5,1	131		8,1	161		11,1	191
2,2	102		5,2	132		8,2	162		11,2	192
2,3	103		5,3	133		8,3	163		11,3	193

2,4	104		5,4	134		8,4	164		11,4	194
2,5	105		5,5	135		8,5	165		11,5	195
2,6	106		5,6	136		8,6	166		11,6	196
2,7	107		5,7	137		8,7	167		11,7	197
2,8	108		5,8	138		8,8	168		11,8	198
2,9	109		5,9	139		8,9	169		11,9	199
3	110		6	140		9	170		12	200
3,1	111		6,1	141		9,1	171			
3,2	112		6,2	142		9,2	172			
3,3	113		6,3	143		9,3	173			
3,4	114		6,4	144		9,4	174			
3,5	115		6,5	145		9,5	175			
3,6	116		6,6	146		9,6	176			
3,7	117		6,7	147		9,7	177			
3,8	118		6,8	148		9,8	178			
3,9	119		6,9	149		9,9	179			

V. Список рекомендованої літератури

Розділ «Менеджмент»

Основні:

1. Менеджмент : підручник / С. Ю. Бірюченко та ін. ; під заг. ред. Т. П. Остапчук. Житомир : Держ. ун-т «Житомирська політехніка». Житомир : Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
2. Менеджмент : навч. посіб. / Страпчук С. І. та ін. Львів : Вид-во «Новий Світ – 2000», 2021. 356 с.
3. Менеджмент : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська та ін. Харків : Друкарня Мадрид, 2019. 231 с.
4. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Менеджмент. Практикум : навч. посіб. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2019. 104 с.
5. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ-ри, 2019. 312 с.

Додаткові:

1. Баєва О. В. Менеджмент : навч. посіб. / за ред. О. В. Баєвої, Н. І. Новальської. Київ : ДП «Видав. дім «Персонал», 2017. 326 с.
2. Козирева О. В., Світлична К. С., Шуть О. Ю. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Харків : Вид-во НФаУ, 2020. 238 с.
3. Менеджмент : навч. посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
4. Михайлов С. І. Менеджмент : навч. посіб. 2-е вид. Київ : Центр учб. літ-ри, 2017. 536 с.
5. Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент : підручник. 4-е вид., перер. і доп. Київ : «Кондор», 2017. 563 с.
6. Палеха Ю.І., Основи менеджменту теорія і практика: навч. посібник / Ю. Палеха, Г. Мошек, Київ: «Ліра-К», 2018. 528 с
7. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту : навч. посіб. Івано-Франківськ, «Лілея НВ», 2015. 336 с
8. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.
9. Шкільняк М. М., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Крисько Ж. Л. Менеджмент: навч. посіб. Тернопіль: «Крок», 2017. 252 с.

Розділ «Економічна теорія»

Основні:

1. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка: Навч. Пос. Л.В. Білецька, О.В. Білецький, В.І. Савич. К.: Центр учбової літератури, 2019. 688 с.
2. Беляєв О.О. Система економічних законів і категорій: Навч. Пос. О.О. Беляєв, М.І. Диба, В.І. Киріленко та ін. К.: КНЕУ, 2024.
3. Костюк В. С. Економічна теорія: Навч. Пос. В.С. Костюк, А.М. Андрющенко, І.П. Борейко. К.: Центр учбової літератури, 2019. 282 с.
4. Предборський В. А. Економічна теорія: Підручн. В.А. Предборський, Б.Б. Гарін, В.Д. Кухаренко. Київ: «Кондор», 2023. 492 с.
5. Пухтасвич Г. О. Аналіз національної економіки: Навч. Пос. К.: КНЕУ, 2019. 254 с.

додаткові:

6. Дзюбик С. Основи економічної теорії: Навч. пос. С. Дзюбик, О. Ривак. К.: «Знання», 2019. 481 с.
7. Дратвер Б. Економічна теорія: Навч. пос. Б. Дратвер, Н. Пасічник.; МОН України, Кіровоградський держ.пед. ун-т ім. В.К. Винниченка, 2020. 256 с.
8. Економічна теорія. Політекономія: Підручн. В. Базилевич, В. Попов, К. Базилевич, Н. Гражевська; за ред. В. Базилевича; 6-те вид., доп. і перероб. К.: Знання-Прес, 2021. 719 с.
9. Мочерний С.В. Економічна теорія для менеджерів: Навч. пос. С.В. Мочерний, В.М. Фомішина, О.І. Тищенко. Херсон.: «ОЛДІ-плюс», 2022. 624 с.
10. Основи економічної теорії: Навч. посібн. Авт. кол.: В. Алексеєв, О. Андрусь, М. Вербицька та ін.; За ред. П. Круша, В. Депутат, С. Тульчинської. К.: «Каравела», 2019. 510 с.
11. Рудавка С.І. Основи економічної теорії: Навч. посібн. С.І. Рудавка, Л.Б. Ольшевський; За ред. С.І. Рудавки; 3-тє вид., доп. і перероб. Вінниця: Тезис, 2017. 340 с.
12. Уразов А. Основи економічної теорії: Навч. посібн. А. Уразов, П. Маслак, І. Саух; Міжрегіональна академія управління персоналом, Житомирський ін.-т МАУП. К.: МАУП, 2019. 323 с.
13. Цивільний Кодекс України. Харків. : ТОВ «Одісей», 2003. 408 с.
14. Економічна теорія. Політекономія: Підручн. В. Базилевич, В. Попов, К. Базилевич та ін.; за ред. В. Базилевича; 5-тє вид., доп. і перероб. К.: «Знання-Прес», 2021. 615 с.
15. Економічна теорія: Політекономія: Підручник За ред. В.Д. Базилевича. К.: «Знання-Прес», 2021. 415 с.
16. Самуельсон П. Економіка: Підручн. Л.: «Світ», 1993. 691 с.
17. Самуельсон П. Макроекономіка. П. Самуельсон, В. Нордгауз. К.: «Основи», 1995. 852 с.
18. Статистичний щорічник України за 2023 р.

Розділ «Маркетинг»

Основні:

1. Балабанова Л. В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2019. 612 с.
2. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
3. Котлер Ф, Армстронг Г. Основи маркетингу: підруч. К.: «Науковий світ», 2022. 880 с.
4. Ратушняк О. Г. Менеджмент та маркетинг: практикум. Вінниця : ВНТУ, 2018. 120 с.
5. Череп О.Р. Маркетинг : навч. посіб. К.: «Кондор», 2020. 728 с.

Додаткові:

1. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2019. 536 с.
2. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу : навч. посіб. К.: ДУТ, 2019. 265 с.
3. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посіб. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с.
4. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю. Маркетинг: навч. посіб. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
5. Котлер Філіп. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. «Альпіна Паблішер Україна». 2021. 252 с.