

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Вінницький торговельно-економічний інститут

Кафедра економіки та міжнародних відносин

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії

 Наталія ЗАМКОВА

10 березня 2021 р.



ПРОГРАМА
вступних фахових випробувань

освітній ступінь	«магістр»
галузь знань	05 «Соціальні та поведінкові науки»
спеціальність	051 «Економіка»
освітня програма	«Економіка підприємства»

Вінниця 2021

ВСТУП

Програма вступного випробування з фахових дисциплін за спеціальністю 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка підприємства» для здобуття освітнього ступеня «магістр» підготовлена на основі освітньо-професійної програми та є науково-методичним документом, який забезпечує комплексний підхід до оцінки рівня теоретичної та практичної підготовки вступників до професійної діяльності.

Мета вступного випробування - визначити обсяг та рівень теоретичних знань, практичних навичок та вмінь з профільюючих дисциплін у галузі економіки, планування та організації економічної діяльності підприємств.

Програма складається з наступних розділів:

- Вступ.
- Основний зміст:
 - Розділ 1. Економіка підприємства;
 - Розділ 2. Економічна діагностика;
 - Розділ 3. Бухгалтерський облік;
 - Розділ 4. Менеджмент;
 - Розділ 5. Маркетинг.
- Критерії оцінювання.
- Список рекомендованих джерел.

1 ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Розділ 1. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як господарюючий статутний суб'єкт. Напрями його діяльності. Елементи зовнішнього середовища функціонування підприємства. Організаційно-економічні умови функціонування підприємства. Поняття економічного суверенітету, самоокупності, рентабельності, самофінансування. Механізм державного регулювання діяльності підприємства. Класифікація підприємств та характеристика їх видів. Економічні особливості різних видів підприємств.

Мета функціонування підприємства на ринку. Поняття головної цілі підприємства. Класифікація цілей та вимоги до їх формування. Стратегічні та тактичні цілі, їх характеристика та особливості реалізації. Залежність цілей господарювання від стадій життєвого циклу. Дерево цілей, його побудова та зміст. Прибуток як цільова функція діяльності підприємства на ринку. Економічні межі обсягу діяльності підприємства. Метод визначення «точки беззбитковості», «точки ліквідації», «зони збитковості та прибутковості».

Планування як процес. Принципи планування та їх характеристики. Поняття плану, класифікаційні ознаки та види планів. Методи планування, їх характеристики. Стратегічне планування.

Зміст, завдання та місце виробничої програми в системі господарських планів підприємства. Основні розділи виробничої програми. Методи вимірювання та показники обсягу діяльності підприємства. Показники виробничої програми: товарна, валова, чиста, умовно-чиста, нормативно-чиста, реалізована продукція. Поняття внутрішньозаводського та валового обороту.

Поняття «виробнича потужність підприємства». Інформаційна база та послідовність розрахунку виробничої потужності підприємства. Фонд часу роботи обладнання, методика визначення корисного часу роботи обладнання. Динамічні показники виробничої потужності: вхідна, вихідна, середньорічна виробнича потужність.

Поняття економічних ресурсів та ресурсного потенціалу підприємства. Складові частини ресурсного потенціалу, їх характеристики та взаємозв'язок у процесі виробництва.

Суть та завдання матеріально-технічного забезпечення підприємства. Склад матеріальних ресурсів і їх характеристика. Планування матеріально-технічного забезпечення, його взаємозв'язок із фінансовими можливостями і стратегією розвитку підприємства. Система організації постачання матеріальних ресурсів, підходи до її здійснення. Поняття оптимальної партії постачання та регламенту поставки. Планування потреби підприємства в матеріальних ресурсах за елементами. Норми витрат як основа визначення потреби підприємства в матеріальних ресурсах. Запаси матеріально-сировинних ресурсів підприємства, їх необхідність та призначення. Класифікація виробничих запасів. Нормування виробничих запасів. Планування потреби підприємства у виробничих запасах.

Поняття основних фондів підприємства як елемента матеріальних ресурсів. Характеристика складу основних фондів за різними класифікаційними ознаками. Оцінка основних фондів: первісна, поновлена, залишкова вартість. Поняття ліквідаційної вартості. Фізичний та моральний знос основних фондів. Види амортизації, їх характеристика та призначення у відтворювальному процесі. Показники, що характеризують стан та рух основних фондів. Методи розрахунку середньорічної вартості основних фондів, коефіцієнти оновлення та вибуття, здатності основних фондів. Ефективність використання основних фондів: поняття та критерії оцінки.

Трудові ресурси підприємства та їх характеристика за кваліфікаційними ознаками. Продуктивність праці робітників: поняття та методи оцінки. Методи нормування витрат праці на підприємстві. Форми мотивації праці робітників. Системи оплати праці та їх характеристика. Форми та системи преміювання на підприємстві. Методичні інструменти аналізу чисельності та фонду оплати праці підприємства. Штатний розклад, його призначення та порядок складання. Планування загального фонду оплати праці.

Науково-технічний прогрес (НТП) як основа розвитку та інтенсифікації виробництва. Основні напрями науково-технічного прогресу. Автоматизація та механізація виробництва, показники оцінки їх рівня. Ефективність науково-технічного прогресу.

Сутність понять «витрати», «поточні витрати підприємства», «собівартість продукції, послуг та робіт». Класифікація поточних витрат підприємства. Показники собівартості продукції та порядок їх обчислення. Калькулювання повних витрат на виробництво продукції та послуг. Кошторис витрат виробництва - поняття, склад. Послідовність розрахунку витрат виробництва. Системи та методи внутрішнього контролю за поточними витратами.

Сутність доходів підприємства, їх призначення, склад та джерела утворення. Формування доходів (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг, інших активів), інших операційних доходів. Доходи від фінансової та інвестиційної діяльності підприємств. Методичні інструменти аналізу доходів підприємства, факторів, що обумовлюють їх формування. Сутність та функції прибутку, його значення в діяльності підприємства, джерела утворення. Види та класифікація прибутку. Показники прибутку та рентабельності, фактори, що впливають на рентабельність діяльності підприємства.

Поняття ефективності діяльності підприємства. Показники та критерії ефективності. Система показників ефективності. Поняття конкурентоспроможності підприємства та продукції, їх взаємозв'язок та взаємообумовленість. Показники та критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства за напрями його діяльності: виробничої, організаційно-управлінської, кадрової.

Розділ 2. ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА

Економічна діагностика: суть, мета, завдання, етапи. Підходи до визначення категорії бізнес-діагностики. Її мета, завдання та принципи. Роль бізнес-діагностики у діяльності підприємств в Україні та світі. Визначення передумов та необхідності проведення бізнес діагностики на підприємстві. Основні причини вдавання до діагностичних заходів.

Методологічний апарат та інструментарій економічної діагностики підприємства. Складові бізнес-діагностики підприємства. Перелік основних заходів з діагностування стану підприємства. Підхід до планування бізнес-діагностики на підприємстві у якості незалежного проекту. Особливості залучення внутрішніх консультантів. Їх переваги та недоліки. Особливості залучення зовнішніх агентів до діагностування стану підприємства. Переваги, недоліки та ризики пов'язані із використанням аутсорсингу. Комплексна бізнес-діагностика підприємства на основі залучення як внутрішніх, так і зовнішніх консультантів.

Діагностика конкурентного середовища підприємства. Методичні особливості проведення діагностики галузі. Зміст та інформаційна база дослідження. Первинна та вторинна інформація. Алгоритм проведення дослідження за методикою М. Портера. Порядок проведення діагностики. Визначення профілю галузі. Діагностика сил конкуренції. Основні сили конкуренції за М. Портером. Оцінка інтенсивності суперництва на «центральному рингу»; чинники інтенсивності. Потенційні конкуренти, аналіз імовірності входження в галузь. Економічні можливості постачальників ресурсів і покупців (споживачів) продукції галузі. Оцінка конкурентних позицій підприємств – основних суперників. Оцінка результатів побудови. Аналіз найближчих конкурентів; майбутні цілі й поточна стратегія, припущення і можливості. Оцінка перспектив розвитку галузі. Виділення провідних чинників успіху в галузі, їх оцінка.

Діагностика конкуренції у галузі. Основні економічні показники, які характеризують галузь. Конкурентні сили, що діють у галузі, та який їх вплив на ситуацію в галузі. Фактори, які викликають зміни у структурі конкурентних сил у галузі. Характеристика підприємств, які мають найсильніші та найслабкіші конкурентні позиції. Прогнозування найбільш ймовірних кроків стратегічних конкурентів. Ключові фактори успіху в конкурентній боротьбі. Оцінка привабливості галузі та забезпечення високого рівня рентабельності.

Діагностика конкурентоспроможності підприємства. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, проблеми визначення й оцінки. Поняття конкурентоспроможності підприємства. Еволюція поглядів щодо джерел конкурентних переваг. Оцінка конкурентоспроможності підприємства за М. Портером. Ринкова конкурентоспроможність. Конкурентний статус підприємства, його оцінка. Конкурентний статус у визначенні І. Ансоффа, методичні аспекти обчислення його рівня. Межі значень показника КСП. Взаємозалежність конкурентних переваг і конкурентного статусу підприємства. Порівняльна діагностика

конкурентоспроможності підприємств-суперників. Методичні підходи до порівняння суперників, використання провідних чинників успіху в галузі. Процедура оцінки. Особливості оцінки вагомості чинників. Інтегральна оцінка конкурентоспроможності: переваги й недоліки.

Діагностика конкурентоспроможності продукції підприємства Конкурентоспроможність продукції: сутність і особливості оцінки. Основні аспекти визначення конкурентоспроможності продукту: корисність, ціна споживання та здатність пропозиції. Особливості оцінки конкурентоспроможності продукції порівняно з конкурентоспроможністю підприємства. Інформаційна база оцінки. Процедура оцінки конкурентоспроможності промислової продукції. Основні етапи оцінки, завдання кожного з них. Експертний вибір відмітних ознак виробу та їх оцінка. Особливості визначення рангів та зважених оцінок. Обчислення загальних показників та їх аналіз.

Діагностика майна і ринкова ціна підприємства Підприємство як майновий комплекс. Статична і динамічна концепції підприємства та їх відображення у методичних підходах до оцінки майна. Затратна оцінка майна. Ціна майна, що «входить» у баланс і «виходить» з балансу. Фізичне, функціональне, технологічне й економічне старіння майна і врахування його зношеності у відновній оцінці. Ліквідаційна оцінка майна підприємства-банкрута. Справжня економічна вартість підприємства як цілісного майнового комплексу. Проблема ринкової оцінки майна та її розв'язання в сучасній економіці. Метод капіталізації доходу, сфера його раціонального використання. Показники чистого прибутку й грошового потоку як основа оцінки. Проблеми використання методу: визначення чистого доходу й вибір ставки дисконтування. Метод дисконтування майбутнього доходу. Проблеми прогнозування грошових потоків, їх розв'язання. Модель САРМ і обчислення ставки дисконтування. Ринкові порівняння і аналогова оцінка підприємства. Гудвіл і його оцінка. Поняття гудвілу і методичні підходи до його оцінки. Метод надлишкових 7 прибутків як сукупна оцінка активів. Метод роялті для оцінки нематеріальних активів. Оцінка активів, по яких немає сформованого ринку, – метод створення.

Управлінська діагностика Сутність управлінської діагностики та організація її проведення. Управлінська діагностика як особлива дослідницька діяльність. Своєрідність проведення діагностики й можливостей використання попередніх результатів. Систематизація інформації для дослідження. Діагностика структури управління та якості управлінських рішень. Діагностика зовнішнього середовища підприємства. Аналіз зв'язків з органами місцевої влади і самоврядування. Екологічні чинники, оцінка їх впливу. Оцінка загальних результатів діяльності підприємства. Критерії і показники, що використовуються для загальної діагностики системи менеджменту підприємства. Загальна ефективність діяльності як ступінь досягнення цілей. Інформаційні технології та оцінка ефективності їх використання.

Діагностика виробничого потенціалу підприємства. Сутність

виробничого потенціалу підприємства. Поняття потенціалу підприємства. Структура виробничого потенціалу підприємства та його функції. Товарна політика підприємства. Ціноутворення та цінова політика. Політика розподілу товару. Особливості просування продукції на ринку. Механізм аналізу маркетингової діяльності підприємства за комплексом маркетингу. Кількісні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Методики якісної оцінки маркетингової діяльності підприємства. Визначення рівню маркетингового потенціалу підприємства.

Фінансова діагностика. Структура аналізу фінансового стану підприємства. Джерела інформації для проведення фінансового аналізу підприємства та їх особливості. Механізм проведення вертикального та горизонтального аналізу. Система показників та коефіцієнтів, а також алгоритми їх розрахунку. Метод зведення та групування. Аналіз та прогнозування трендів. Факторний та кореляційний аналіз.

Діагностика економічної безпеки. Економічна безпека підприємства: сутність, основи оцінки. Поняття економічної безпеки підприємства. Конкретизація поняття безпеки за різними ознаками. Економічна безпека підприємства як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів. Функціональні складові економічної безпеки: фінансова, техніко-технологічна, інформаційна та інші. Особливості методичних підходів українського Агентства з питань неплатоспроможності і банкрутства підприємств. Z-рахунок Альтмана, різновиди моделей. «Крайка безпеки» за К.Друрі. Оцінка корпоративних ресурсів і визначення стану економічної безпеки.

Діагностика економічної культури. Економічна культура підприємства й особливості її діагностики. Поняття економічної культури, її складові. Експертний аналіз в оцінці внутрішнього інституціонального середовища підприємства. Виявлення проблем формальних і неформальних відносин, конфліктів. Особливості оцінки продуктивності творчої праці, цінності інтелектуальних продуктів. Якісний аналіз методів та інструментарію планування, обліку і контролю на підприємстві. Оцінка рівня професіоналізму та кваліфікації провідних спеціалістів, економічних служб підприємства, їхньої здатності до сприйняття та застосування нових знань. Оцінка системи управлінського обліку та її місця у прийнятті управлінських рішень. Оцінка контролю дій і контролю результатів. Оцінка методичної чіткості та рівня обґрунтованості інвестиційних проектів, бізнес-планів підприємства; програмні комп'ютерні продукти для оцінки. Система управління проектами, діагностика її ефективності.

Розділ 3. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

Поняття видів економічної діяльності та їх класифікація за КВЕД. Види галузей, їх класифікації.

Основи побудови і завдання обліку витрат на виробництво та руху готової продукції. Поняття витрат підприємства, їх класифікація та склад.

Документальне оформлення витрат та калькулювання собівартості продукції. Облік процесу виробництва в системі бухгалтерських рахунків.

Облік прямих витрат. Облік матеріальних витрат. Облік відходів виробництва. Облік витрат на оплату праці та соціальне страхування.

Облік загальновиробничих витрат, групування та перегрупування витрат. Облік браку у виробництві.

Облік незавершеного виробництва та напівфабрикатів. Зведений облік витрат, калькулювання виробничої собівартості готової продукції. Методи обліку витрат на виробництво та калькулювання собівартості продукції.

Документування руху готової продукції. Облік наявності та руху готової продукції. Облік реалізації готової продукції, виконаних робіт та послуг. Облік доходів та фінансових результатів від реалізації продукції.

Облік виробництва продукції з давальницької сировини. Облік реалізації продукції, виробленої з давальницької сировини.

Основи побудови та завдання обліку будівельного виробництва. Особливості обліку необоротних активів. Облік тимчасових не титульних споруд. Облік запасів у будівництві.

Класифікація витрат, що включаються до собівартості будівельно-монтажних робіт. Облік прямих та загальновиробничих витрат. Методи обліку витрат і калькулювання собівартості і будівництва.

Облік виконаних робіт, розрахунків із замовниками і доходи будівельного підприємства. Облік капітальних вкладень.

Основи побудови та завдання обліку сільськогосподарської діяльності. Особливості обліку необоротних активів. Облік землі. Облік витрат з формування основного стада, закладання і вирощування багаторічних насаджень (довгострокових біологічних активів). Особливості обліку виробничих запасів. Облік тварин на вирощуванні та відгодівлі (поточних біологічних активів тваринництва).

Облік витрат і калькулювання собівартості продукції у рослинництві. Облік і калькулювання собівартості продукції тваринництва. Облік надходження і реалізації сільськогосподарської продукції та додаткових біологічних активів.

Облік власного капіталу. Облік пайового капіталу. Особливості обліку у селянських (фермерських) господарствах.

Основи побудови та завдання обліку автомобільного транспорту. Особливості обліку транспортних засобів. Облік паливо-мастильних матеріалів. Облік запасних частин.

Облік витрат автотранспортних підприємств. Калькулювання собівартості автотранспортних перевезень. Облік реалізації автотранспортних перевезень.

Особливості організації торговельної діяльності в Україні. Документальне оформлення товарних операцій в оптовій торгівлі. Облік надходження товарів в оптовій торгівлі. Облік реалізації товарів в оптовій торгівлі. Облік транспортно-заготівельних витрат. Облік фінансових результатів діяльності підприємств оптової торгівлі. Облік товарних операцій

в роздрібній торгівлі. Документальне оформлення товарних операцій в роздрібній торгівлі. Облік надходження товарів в роздрібній торгівлі. Облік реалізації товарів в роздрібній торгівлі. Облік торговельної націнки. Облік фінансових результатів.

Основи побудови та завдання обліку страхової діяльності. Облік страхових платежів та резервів. Облік доходів, витрат та визначення фінансових результатів.

Розділ 4. МЕНЕДЖМЕНТ

Сутність управління. Суб'єкт та об'єкт управління. Менеджмент як професійна діяльність, наука та навчальна дисципліна. Цілі та завдання менеджменту. Підвищення ролі та значення менеджменту в сучасних умовах. Розвиток теорії і практики менеджменту. Підхід до управління з позицій виділення різних шкіл (наукового менеджменту, адміністративного управління, людських стосунків, поведінських наук, кількісного підходу). Процесний, системний і ситуаційний підходи в менеджменті.

Поняття організації. Формальні та неформальні, прості та складні організації. Види організацій в Україні. Підприємства, їх різновиди (за галузевою приналежністю, формою власності, організаційно-правовою формою, розміром). Об'єднання підприємств (концерни, картелі, консорціуми, асоціації, холдинги та ін.). Загальні риси організацій; Організація як відкрита система. Основні підсистеми.

Внутрішнє середовище організації, взаємозв'язок внутрішніх змінних (цілі, структура, завдання, технологія, люди), фази життєвого циклу організації.

Зовнішнє середовище організації - загальні характеристики (взаємозалежність факторів, складність, рухомість, невизначеність середовища). Фактори прямої та непрямої дії. Імідж підприємства.

Загальні принципи: плановість, науковість, співвідношення галузевого та територіального управління, поєднання централізованого регулювання з господарчою самостійністю, єдиноначальність та колегіальність, самоуправління, стимулювання.

Принципи управління за Файолем. Кібернетичні принципи (системність, ієрархічність, необхідність різноманіття, обов'язковість зворотного зв'язку).

Поняття функцій менеджменту, їх класифікація. Характеристика основних (загальних) та часткових функцій менеджменту, зв'язок між ними. Взаємозв'язок планування, організації, мотивації, контролю та координації.

Сутність функції планування. Процес стратегічного планування. Стратегії обмеженого зростання, скорочення та поєднання. Вибір стратегії. Планування реалізації стратегії. Тактика, політика, процедури, правила. Оцінка стратегії.

Сутність організації як управлінської функції, її основні аспекти. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Обмеженість повноважень.

Сутність мотивування. Основні її компоненти: мотиви і стимули. Потреби первинні та вторинні. Винагорода внутрішня та зовнішня. Мотиваційне ядро. Установка на успіх та уникнення невдачі. Змістовні теорії мотивування (теорія Маслоу, модель Герцберга). Процесуальні теорії мотивування (теорія очікувань; теорія справедливості). Індивідуальне та групове мотивування. Стимулювання праці.

Сутність і елементи управлінського контролювання. Вирішення проблем невизначеності, попередження виникнення кризових ситуацій, підтримки успіху. Форми управлінського контролювання: попередній, поточний та заключний. Принципи ефективного контролювання. Процес управлінського контролювання: розробка стандартів та критеріїв, порівняння досягнутих результатів із встановленими стандартами, етап дії. Людина як об'єкт управлінського контролювання.

Сутність координування. Етапи координування: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, коригування рішень.

Делегування діяльності: суть, переваги, оптимальні умови використання. Перешкоди у делегуванні (з боку керівників та виконавців) та шляхи їх подолання. Лінійні та функціональні повноваження.

Побудова організації, організаційне проектування. Елементи організаційних структур. Макро- і мікроструктури. Класифікація організаційних структур управління. Лінійні та функціональні структури управління. Комбіновані організаційні структури: лінійно-функціональні, лінійно-штабні, дивізійні, матричні. Принципи побудови структур управління. Централізація та децентралізація. Діапазон керованості, фактори, які його визначають. Етапи розподілу управлінської праці. Дотримання субординації. Визначення функцій заступників. Організація взаємодії. Комунікаційно-інформаційні аспекти розпорядчої діяльності.

Сутність методів менеджменту та їх класифікація.

Адміністративні методи менеджменту: організаційні (регламентування, нормування, інструктування), розпорядчі (накази, розпорядження, постановка завдань, інструктування, координація робіт). Інструктування підлеглих. Оцінювання виконання. Економічні методи менеджменту: стимули, податки, фінанси, кредит, бюджет, ціни, тарифи тощо.

Соціальні методи: управління окремими груповими явищами і процесами; управління індивідуально-особистою поведінкою.

Психологічні методи: формування і розвитку трудового колективу, методи гуманізації стосунків у трудовому колективі, методи психологічного спонукання, методи професійного відбору і навчання.

Взаємозв'язок методів менеджменту.

Сутність та класифікація проблем. Сутність та класифікація управлінських рішень за: сферою охоплення; тривалістю дії; рівнем прийняття; характером розв'язуваних задач; масштабами впливу; строками впливу, напрямом впливу; способами обґрунтування; способами прийняття; функціональним змістом; ступенем директивності;

Інформація в управлінні. Суть, класифікація управлінської інформації (за змістом, формою та знаком передавання, формою фіксування, стадією обробки, місцем походження, часом, повнотою та можливістю використання, достовірністю, джерелом). Інформаційні системи процесу управління та їх удосконалення.

Значення комунікації. Види комунікацій в управлінні. Організація комунікаційного процесу, його етапи. Зворотний зв'язок. Викривлення. Міжособистісні та організаційні бар'єри комунікації, їх подолання.

Різновиди соціальних груп. Колектив як соціальна група. Ознаки колективу: спільність мети, єдність інтересів, організаційна оформленість, постійне спілкування у процесі роботи, соціально-психологічна спільність. Функції та повноваження трудових колективів.

Різновиди колективів: за видами діяльності, тривалістю існування. Рівні об'єднання працівників у колективи. Особливості первинних трудових колективів.

Структура трудового колективу. Реальна структура: виробничо-функціональна, соціально-психологічна. Умовна структура: професійно-кваліфікаційна, соціально-демографічна. Специфіка жіночих колективів.

Розвиток трудового колективу: стадія формування, диференціації та інтеграції. Особливості менеджменту на різних стадіях розвитку трудового колективу. Згуртованість колективу: суть, стадії та рівні. Колективи згуртовані, розчленовані та роз'єднані. Показники згуртованості. Фактори, що впливають на згуртованість (загальні та специфічні), роль менеджера.

Соціально-психологічний клімат трудового колективу, його суть та формування. Формальні та неформальні стосунки у колективі. Ефективне керівництво неформальними групами. Сумісність у колективі.

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

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

Керівництво в організації. Особистий вплив і влада. Необхідність влади в управлінні. Баланс влади. Форми влади і впливу. Класифікація основ влади: заснована на примушенні, винагороді, законна влада, влада прикладу, влада експертних знань, влада через переконання. Порівняльна характеристика різних методів впливу на підлеглих. Вплив через переконання і вплив через участь. Лідерство як соціально-психологічне явище. Роль лідера в управлінні колективом. Формальне та неформальне лідерство.

Огляд теорій лідерства. Підхід з позицій особистих якостей. Поведінський підхід: стилі керівництва, теорія Х та У. Ситуаційний підхід - модель Фідлера, підхід «шлях-ціль», теорія життєвого циклу, модель Врума-Йеттона. Лідерство і стиль керівництва. Стилi керівництва: автократичний, демократичний, ліберальний. Культура управління та її складові елементи. Культура управлінських працівників. Культура трудового процесу: культура організації праці, спілкування, процесу управління, документування тощо. Соціальна відповідальність керівника, її сутність та складові.

Документи, їх функції та різновиди, система документації. Види потоків документів. Порядок проходження та виконання документів.

Ефективність менеджменту: економічні та соціальні аспекти. Критерії та показники оцінки. Співвідношення результатів діяльності та витрат. Система показників. Загальний процес управління ефективністю.

Критерій результативності та розвитку організаційної системи. Пріоритетність продуктивності. Взаємозв'язок факторів: розмір підприємства, цілі та функції, технологічні процеси, стадії розвитку, ступінь адаптованості.

Розділ 5. МАРКЕТИНГ

Історичні передумови виникнення маркетингу як способу ефективного управління діяльністю підприємства. Приклади застосування маркетингових підходів до ведення бізнесу. Головні поняття, які становлять теоретичну основу маркетингу. Сутність маркетингу, еволюція його визначення. Визначення та сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу: потреба (види потреб), попит, обмін (умови здійснення), угода (види угод), ринок (показники, що його характеризують), сегмент ринку, комплекс складових маркетингу (товар, ціна, збуту, комунікації). Основні цілі та принципи маркетингу. Різновиди та завдання маркетингу підприємства як способу ефективного управління діяльністю. Система маркетингу, її мета та цілі. Концепції діяльності підприємства на ринку. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності. Аналіз маркетингових можливостей підприємства.

Нормативно-правова база маркетингової діяльності в Україні. Маркетинг як система ведення бізнесу. Взаємодія сукупності елементів системи маркетингу підприємства. Поняття середовища маркетингу та його дослідження. Застосування результатів дослідження для досягнення успіху на ринку. Фактори мікросередовища та макросередовища маркетингу. Поняття соціального маркетингу, консьюмеризму, біхевіоризму.

Значення інформації для прийняття маркетингових рішень. Маркетингова інформація та маркетингова інформаційна система: поняття і класифікація. Вимоги до маркетингової інформаційної системи. Класифікація маркетингової інформації. Первинна та вторинна інформація, переваги і недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання. Методи збору первинної маркетингової інформації. Поняття вибірки, принципи її формування. Маркетингові дослідження: сутність, практика організації проведення на зарубіжних та вітчизняних ринках. Структура, види

маркетингових досліджень. Методи маркетингових досліджень: аналіз документів, спостереження, опитування, експеримент. Інструментарій, що застосовується під час проведення маркетингових досліджень. Анкети в маркетингових дослідженнях. Вимоги до розробки анкет. Типи запитань в анкетах. Джерела маркетингової інформації. Створення листів опитування. Розробка робочого плану маркетингових досліджень. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формулювання мети досліджень, складання плану досліджень, збір маркетингової інформації, аналіз та інтерпретація даних, підготовка та подання звіту (розробка рекомендацій).

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

Сутність, цілі, завдання маркетингової товарної політики підприємства. . Види товарів, характеристика споживчих товарів, товарів виробничого призначення, послуг. Рівні товару. Концепція життєвого циклу товару. Характеристика етапів життєвого циклу. Зміст діяльності та особливості маркетингу на кожному етапі життєвого циклу товару: впровадження товару на ринок, зростання обсягів продажу, зрілості (зростаючої, стабільної, спадаючої), падіння обсягів збуту. Основні етапи розробки нових товарів. Впровадження нових товарів на ринок та основні причини поразок. Значення пробного маркетингу. Поняття товарного асортименту і номенклатури продуктів, показники оцінки (глибина, широта, насиченість, гармонійність, стійкість, коефіцієнт оновлення). Торговельна марка, її складові, вимоги до марочних товарів. Поняття та значення брендингу. Упаковка товару.

Роль і значення ціни. Теорія еластичності попиту і ціни. Класифікація цін. Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі ціноутворення: максимізація прибутку, збільшення частини ринку, забезпечення виживання підприємства. Визначальні фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства: витрати, попит,

рівень конкуренції, державне регулювання цін, особливості системи збуту. Особливості встановлення цін на ринках різних типів. Етапи процесу ціноутворення. Види цінових стратегій: стратегії високих, низьких цін, цін на принципово нові товари, цін на товари-імітатори, неокруглених цін, єдиних цін, гнучких цін, стратегії у межах товарного асортименту (цінових ліній, цін на товари, що доповнюють, на комплектуючі товари). Цінова дискримінація. Умови їх застосування. Методи ціноутворення. Встановлення ціни з урахування якості продукції, вивчення попиту споживачів, економічних та психологічних можливостей покупців, розрахунку витрат, порівняння з цінами на аналогічні товари конкурентів, визначення етапу життєвого циклу товару, співвідношення цін між товарами та їх модифікаціями, сезону та регіону реалізації продукції. Залежність цін від відношень між партнерами. Види знижок, націнок, надбавок.

Сутність, значення та завдання політики розповсюдження як складової системи маркетингу. Взаємодія підсистем системи розповсюдження. Підходи до визначення понять «збутова політика», «політика розподілу» та «політика розповсюдження». Складові системи товароруху. Функції та характеристики каналів розповсюдження. Формування маркетингового каналу розповсюдження. Характеристика методів оцінки та вибору каналів розповсюдження. Взаємозв'язок маркетингової політики розповсюдження та логістики.

Сутність маркетингової політики комунікацій. Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій. Характерні особливості маркетингових комунікацій: види реклами, методи стимулювання збуту, персонального продажу, зв'язків з громадськістю. Переваги та недоліки засобів впливу маркетингової комунікації. Роль реклами як найбільш поширеного комунікаційного засобу. Класифікація реклами залежно від її цілей. Переваги та недоліки основних носіїв реклами. Зв'язки з громадськістю як елемент маркетингових комунікацій підприємства. Переваги і недоліки публік рілейшнз. Стимулювання збуту. Переваги та недоліки засобів стимулювання збуту. Персональний продаж у комплексі маркетингових комунікацій. Поняття прямого маркетингу. Інструменти прямого маркетингу. Інші інструменти комунікації. Спонсорування. Брендінг. Виставки та ярмарки.

Організація маркетингової діяльності підприємства. Алгоритм формування маркетингової організаційної структури підприємства. Характеристики, особливості та умови застосування функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційної структури. Призначення, переваги та недоліки моделей побудови відділів маркетингу. Лінійна карта розподілу функціональних обов'язків. Контроль маркетингової діяльності підприємства.

2 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ВСТУПНИКІВ

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

3 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економіка підприємства

1. Гетьман О. О. Економіка підприємства : Навч. посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
3. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.
4. Давидович І. Є. Управління витратами : навч. посібник / І. Є. Давидович. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.
5. Економіка підприємства (в питаннях і відповідях) : навч. посібник / І. І. Цигилик, Я. Р. Бибик, М. Я. Ємбрик, В. Ф. Паращич. – 2-ге вид., допов., перероб. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 212 с.
6. Економіка підприємства / О. І. Андрусь, Н. Я. Бойчук, М. В. Вербицька та ін. – 2-ге вид., стер. – К. : Ельга - Н КНТ, 2009. – 780 с.
7. Економіка підприємства ресторанного господарства : опорний конспект лекцій / уклад.: В. Г. Міска, С. П. Гаврилюк. – К. : КНТЕУ, 2009. – 122 с.
8. Економіка підприємства : опорний конспект лекцій / авт.: Н. М. Гуляєва, І. О. Чаюн, Г. М. Богославець, Л. Л. Стасюк, І. Ю. Бондар, С. І. Губар. – К. : КНТЕУ, 2010. – 120 с.
9. Економіка підприємства : опорний конспект лекцій. Ч. 1 / авт.: Л. О. Лігоненко, І. О. Чаюн, Г. М. Богославець, Л. Л. Стасюк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська. – К. : КНТЕУ, 2010. – 120 с.
10. Економіка підприємства: збірник тестів і задач : навч. посібник / А. В. Шегда, Т. Б. Харченко, Ю. А. Сагайдак, Л. О. Пашинюк. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 240 с.
11. Економіка підприємства: теорія і практикум : навч. посібник / В. І. Блонська, Т. Г. Васильців, С. С. Гринкевич та ін. ; за ред. Н. Г. Міценко, О. І. Яценко. – Львів : Магнолія 2006, 2008. – 688 с.
12. Економіка та організація виробництва : підручник / за ред. В. Г. Герасимчука, А. Е. Розенплентера. – К. : Знання, 2007. – 678 с. – (Вища освіта XXI століття).
13. Економіка та підприємництво : Практикум. Навч. посібник / С. Я. Салига, В. О. Желябін, О. В. Бойко та ін. – К. : Професіонал, 2007. – 752 с.
14. Економіка та фінанси підприємства : опорний конспект лекцій. Ч. 1 / авт.: Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, О. В. Корольова-Казанська, Г. В. Ситник, Л. Л. Стасюк, І. О. Чаюн. – К. : КНТЕУ, 2011. – 131 с.

15. Економіка та фінанси підприємства : опорний конспект лекцій. Ч. 1 / авт.: Л. О. Лігоненко, Г. М. Богославець, О. В. Корольова-Казанська, Г. В. Ситник, Л. Л. Стасюк, І. О. Чаюн. – К. : КНТЕУ, 2014. – 131 с.
16. Економіка та фінанси підприємства: методика розв'язання практичних задач : навч. посібник / Л. О. Лігоненко, І. В. Височин, О. В. Корольова-Казанська та ін. – К. : КНТЕУ, 2011. – 336 с.
17. Захарченко В. І. Економіка підприємства: практикум (збірник задач і виробничих ситуацій) : навч. посібник / В. І. Захарченко, М. М. Меркулов, Л. В. Ширяєва. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 144 с.
18. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
19. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник / О. С. Іванілов. – 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 728 с.
20. Іванов В. Б. Потенціал підприємства : наук.- метод. посібник / В. Б. Іванов, О. М. Кохась, С. М. Хмелевський. – К. : Кондор, 2009. – 300 с.
21. Іванюта П. В. Управління ресурсами та витратами : навч. посібник / П. В. Іванюта, О. П. Лугівська ; за ред. С.М. Іванюти. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 320 с.
22. Калініченко О. В. Економіка підприємства : практикум : навч. посібник / О. В. Калініченко, О. Д. Плотник. – К. : Кондор, 2012. – 600 с.
23. Ковальчук І. В. Економіка підприємства : навч. посібник / І. В. Ковальчук. – К. : Знання, 2008. – 679с. – (Вища освіта XXI століття).
24. Кривов'язюк І. В. Підприємство в умовах ринку : навч. посібник / І. В. Кривов'язюк. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.
25. Маслак О. І. Економіка промислового підприємства : навч. посібник / О. І. Маслак, Л. Д. Воробйова. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 172 с.
26. Мацібора В. І. Економіка підприємства : навч. посібник / В. І. Мацібора, В. К. Збарський, Т. В. Мацібора. – К. : Каравела, 2008. – 312с.
27. Нестерчук Ю. О. Економіка підприємства : навч.-метод. посібник / Ю. О. Нестерчук, С. А. Сегеда. – Вінниця : Едельвейс і К, 2014. – 372 с.
28. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості : підручник / Т. Л. Мостенська, І. А. Бойко, І. М. Болотіна та ін. – кер. кол. авт. і наук. ред. д.е.н., проф. Т. Л. Мостенської. – К. : Кондор, 2012. – 492 с.
29. Петренко М. І. Економіка підприємства : навч. посібник / М. І. Петренко, А. Г. Драбовський, В. М. Петренко ; під заг. ред. М.І. Петренка. – Вінниця : Консоль, 2010. – 510 с.

30. Турпак І. В. *Основи економіки та організації підприємництва : навч. посібник* / І. В. Турпак, В. І. Турпак, С. А. Жуков. – К. : Кондор, 2012. – 270 с.
31. *Управління матеріальними ресурсами : енциклопед. слов.* / О. В. Антонюк, О. В. Баєва, М. Ф. Головатий та ін. ; за ред. Г. В. Щокіна, О. В. Антонюка, М. Ф. Головатого, М. О. Копнова. – К. : Персонал, 2009. – 376 с.
32. Федорова В. А. *Економіка підприємств та міжнародних компаній : навч. посібник* / В. А. Федорова, О. А. Соловійова. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 232 с.
33. Шлійко А. В. *Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посібник* / А. В. Шлійко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 376 с.
34. Яркіна Н. М. *Економіка підприємства : навч. посібник* / Н. М. Яркіна. – К. : Ліра-К, 2013. – 497 с.

2. Економічна діагностика

1. Гетьман О. О., Шаповал В. М. *Економічна діагностика : Навч. посіб.* К : Центр учбової літератури, 2007. 307с.
2. Забродин А. Ю. *Интеллектуальные услуги в бизнесе : справ. пособие.* Москва : Экономика, 2008. 635 с.
3. Загорна Т. О. *Економічна діагностика : Навч. посіб.* К : Центр учбової літератури, 2007. 400с.
4. Залуцький І. Р., Цимбалюк В. М., Шевченко С. Г. *Планування і діагностика діяльності підприємств : навч. посіб.* Львів : Новий Світ - 2000, 2013. 320 с.
5. Костенко Т. Д., Герасимов А. А., Рижиков В. С., Добикіна О. К., Касьянюк С. В. *Економічна діагностика. Практикум : Навч. посіб.* К : Центр учбової літератури, 2007. 186с.
6. Кривов'язюк І. В. *Економічна діагностика : навч. посіб. 2-ге вид. Електронні дані.* Київ : Центр учбової літератури, 2017. URL: http://10.0.2.150/docs/CUL/Ekon_diagnostyka_Kryvovayziuk.pdf.
7. Кривов'язюк І. В. *Економічна діагностика : навч. посіб. 2-ге вид.* Київ : Центр учбової літератури, 2017. 456 с. + Електронна копія.
8. Кривов'язюк І. В. *Економічна діагностика : навч. посіб. Електронні дані.* Київ : Центр учбової літератури, 2013. URL: http://10.0.2.150/docs/CUL/Ekonomich_diagnostyka_Kryvovayzik.pdf.
9. Кривов'язюк І. В. *Економічна діагностика : навч. посіб.* Київ : Центр учбової літератури, 2013. 450 с.
10. Кривов'язюк І. В. *Підприємство в умовах ринку : навч. посіб.* Київ : Кондор, 2009. 840 с.

3. Бухгалтерський облік

1. Білоусько В. С. *Теорія бухгалтерського обліку : навч. посібник / В.С. Білоусько, М.І. Беленкова ; за ред. В.С. Білоуська. – 6-те вид., допов. – К. : Алерта, 2010. – 402 с.*
2. *Бухгалтерський облік в Україні : навч. посібник / Р.Л. Хом'як, В.І. Лемішовський, А.С. Мороз [та ін.]; За ред. Р.Л. Хом'яка, В.І. Лемішовського. – 7-ме вид., доп. і перероб. – Львів : Інтелект-Захід, 2008. – 1224 с.*
3. *Лень В. С. Бухгалтерський облік в Україні: основи та практика : навч. посібник / В.С. Лень, В.В. Гливенко. – 3-тє вид. випр. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 608с.*
4. *Лишиленко О. В. Бухгалтерський облік : підручник / О.В. Лишиленко. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 670 с.*
5. *Практикум з бухгалтерського обліку : навч.-практ. посібник / В.П. Шило, Н.І. Верховглядова, С.Б. Ільїна та ін. – 2-е вид., випр. та допов. – К. : Професіонал, 2009. – 392 с.*
6. *Садовська І. Б. Бухгалтерський облік : навч. посібник / І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 688 с.*
7. *Сахарцева І.І. Бухгалтерський облік : навч. посібник з виконання практичних задач / І.І. Сахарцева, Г.А. Семенов, Г.М. Безкоста; за ред. І.І. Сахарцевої. – К. : Кондор, 2010. – 554 с.*
8. *Сльозко Т.М. Бухгалтерський облік в умовах інституційних перетворень: теорія і практика : монографія / Т.М. Сльозко. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.*
9. *Сук Л.К. Бухгалтерський облік : навч. посібник / Л.К. Сук, П.Л. Сук. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2008. – 507с.*
10. *Чеснакова Л.С. Бухгалтерський облік : навч. посібник / Л.С. Чеснакова, А.В. Алексєєва, В.В. Масалітіна; за заг. ред. Л.С. Чеснакової. – К. : КНТЕУ, 2009. – 397 с.*
11. *Шило В.П. Бухгалтерський облік: концептуальні основи теорії : навч. посібник / В.П. Шило, Н.І. Верховглядова, С.Б. Ільїна. – К.: Кондор, 2011. – 172 с.*

4. Менеджмент

1. Бондар О. В. *Ситуаційний менеджмент: навч. посібник* / О. В. Бондар; за ред. С. І. Михайлова. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
2. *Менеджмент: підручник* / Т. Л. Мостенська, В. О. Новак, М. Г. Луцький, О. В. Ільєнко. – 2-ге вид. – К.: Кондор, 2012. – 758 с.
3. Моргулець О. Б. *Менеджмент у сфері послуг: навч. посібник* / О. Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
4. Осовська Г. В. *Основи менеджменту: навч. посібник* / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2010. – 368 с.
5. *Регіонально-адміністративний менеджмент: навч. посібник* / В. Г. Воронкова, С. Л. Катаєв, О. М. Кіндратець та ін; під ред. В. Г. Воронкової. – К.: Професіонал, Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
6. Рудьєв В. А. *Менеджмент: навч. посібник* / В. А. Рудьєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
7. Свидрук І. І. *Креативний менеджмент: навч. посібник* / І. І. Свидрук. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.
8. Скібіцька Л. І. *Тайм-менеджмент: навч. посібник* / Л. І. Скібіцька. – К.: Кондор, 2009. – 528 с.
9. Стадник В. В. *Менеджмент: підручник* / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – 2-ге вид., випр., допов. – К.: Академвидав, 2010. – 472 с.
10. Старостіна А. О. *Ризик-менеджмент: теорія та практика: навч. посібник* / А. О. Старостіна, В. А. Кравченко. – К.: Політехніка, 2009. – 200 с.

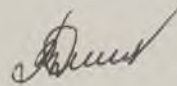
5. Маркетинг

1. Балабанова Л. В. *Маркетинг : Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп.* К. : Знання-Прес, 2004. 645с.
2. Бєлявцев М.І., Іваненко Л.М. *Маркетинг : Навч. посібник.* К : Центр навчальної літератури, 2005. 328с.
3. Гайдученко С.А., Запорожец А.В., Молодченко Т.Г. *Маркетинг : Учеб. Пособие.* Харьков : ФЛП Бровин А. В. 2016. 300 с.
4. Гаркавенко С.С. *Маркетинг : Підручник.* К : Лібра, 2004. 712с.
5. Головкіна Н.В. *Маркетинг: Ситуаційні вправи : Навч. посібник для вищих навч. закладів.* К : Студцентр, 2002. 192с.
6. Гончаров С.М., Кушнір Н. Б. *Практикум з маркетингу : Навч. посібник.* К. : Центр учбової літератури, 2012. 208 с.
7. Корольков І.І., Шульгін Л.М., Мельникович О.М. *Маркетинг : Опорний конспект лекцій.* К : КНТЕУ, 2003. 177с.
8. *Маркетинг у галузях і сферах діяльності : Навч. посібник.* За ред. І.М. Буднікевич. К. : Центр учбової літератури, 2013. 536 с.
9. Мостенська Т.Л. *Основи маркетингу : Навч. посібник.* К : Кондор, 2005. 240с.
10. Павленка А.Ф. *Теорія і практика маркетингу в Україні : Монографія.* К : КНЕУ, 2005. 584с.

11. Павленко А.Ф., Войчак А. В. Маркетинг : Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К : КНЕУ, 2001. 106 с.
12. Примак Т.О. Маркетинг : Навч. посібник. К : МАУП, 2004. 228с.
13. Ромат Є.В., Зіміна А.І., Бучацька І.О., Данілова Л.Л., Даниленко Н.А., Дубовик Т.В., Яцюк Д.В., Бориславська Н.О., Глушенко К.С., Крепак А.С., Березовик К.В. Маркетинг: Опорний конспект лекцій. К : КНТЕУ, 2012. 159 с.
14. Сидоренко О.І., Редько П.С. Маркетинг: Ситуаційні вправи: Навч. посібник. К : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2004. 200 с.
15. Скибінський С.В. Маркетинг : Підручник. Львів, 2000. 640 с.
16. Соціально-етичний маркетинг : Монографія; за заг. ред. А. А. Мазаракі ; [А. А. Мазаракі, Є. В. Ромат, Г. В. Алданькова, Л. І. Андреева, К. В. Березовик, І. О. Бучацька, О. В. Голік, П. О. Горбоконь, К. В. Гурджиян, Н. А. Даниленко, Л. Л. Данілова, Т. В. Дубовик, А. І. Зіміна та ін.]. К : КНТЕУ, 2013. 328 с.
17. Танасійчук А.М., Поліщук І.І., Громова О.Є., Бондаренко В.М., Гевчук А.В., Поліщук Н.В. Маркетинг : Навчальний постіник. Вінниця : ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2019. 292 с.
18. Череп А.В., Богма О. С., Череп О.Г. Основи маркетингу : Навч. посібник. К : Кондор, 2013. 226 с.

УХВАЛИЛИ

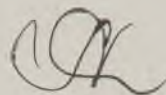
Завідувач кафедри економіки
та міжнародних відносин



В. Хачатрян

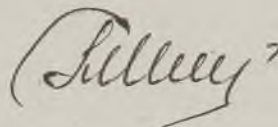
ПОГОДЖЕНО

Голова фахової
атестаційної комісії



Л. Сікорська

Начальник навчально-
методичного відділу



Т. Шевчук