

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ, ОБЛІКУ ТА АУДИТУ

Кафедра економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності



ЗАТВЕРДЖУЮ  
Голова приймальної комісії  
О.Г. Осауленко  
2021 року

ПРОГРАМА  
вступного фахового випробування  
зі спеціальності 073 «Менеджмент»  
освітньо-професійна програма  
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
для денної та заочної форми навчання  
(для освітнього ступеня «магістр»)

Затверджено Вченою радою НАСОА,  
Протокол від 25 . березня .2021 № 6

Київ – 2021

## ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА .....	2
ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ .....	3
ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ .....	25
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	35
КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ .....	40

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового вступного випробування зі спеціальності 073 «Менеджменту» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» для вступу на навчання за освітнім ступенем магістр розроблена на підставі Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», наказу Міністерства освіти і науки України від 15.10.2015 №1085 «Положення про приймальну комісію вищого навчального закладу», зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 04.11.2015 р. за №1353/27798, наказу Міністерства освіти і науки України від 15.10.2020 №1274 «Про затвердження Умов прийому на навчання до вищих навчальних закладів України в 2021 році», зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 09.12.2020 р. за №1225/35508, Правил прийому на навчання до Національної академії статистики, обліку та аудиту в 2021 році, затверджених Вченою радою Академії, протокол від 24.12.2020 №3, Положення про приймальну комісію Національної академії статистики, обліку та аудиту, затвердженого Вченою радою Академії, протокол від 24.12.2020 №3.

Згідно з вимогами до прийому студентів для підготовки за освітнім ступенем магістр вступні фахові випробування здійснюються фаховими атестаційними комісіями.

**Метою проведення вступних випробувань** є забезпечення конкурсних засад при зарахуванні в НАСОНА на навчання для здобуття освітнього ступеня магістр зі спеціальності 073 «Менеджмент» шляхом виявлення рівня підготовленості абітурієнтів з дисциплін професійної підготовки і оцінка рівня знань та умінь.

На фахові вступні випробування зі спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» виносяться завдання з наступних дисциплін першого (бакалаврського) рівня підготовки:

- Менеджмент;
- Міжнародні економічні відносини;
- Зовнішньоекономічна діяльність підприємств;
- Маркетинг.

**Завданням складання вступних випробувань** є перевірка засвоєння системи теоретичних знань і оволодіння практичними навичками застосування знань та умінь, отриманих при вивченні дисциплін професійного циклу першого (бакалаврського) рівня, з метою перевірки здатності студентів до успішного проходження підготовки для здобуття освітнього ступеню магістр зі спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Вступні фахові випробування проводяться в усній формі.

При підготовці до вступних фахових випробувань абітурієнтам рекомендується користуватися літературою, список якої наведено у кінці програми.

## **ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ**

### **Дисципліна «Менеджмент»**

#### **Тема 1. Сутність, роль та методологічні основи менеджменту**

Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво 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. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії менеджменту.

Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

#### **Тема 3. Закони, закономірності та принципи менеджменту**

Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід. Закони і закономірності менеджменту.

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

#### **Тема 4. Функції та методи менеджменту**

Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретний і загальних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних.

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. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

#### **Тема 5. Процес управління**

Процес 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 варіанту дій, реалізація рішення,

зворотний зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність.

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.

### **Тема 6. Планування як загальна функція менеджменту**

Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила процедури.

Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

### **Тема 7. Організування як загальна функція менеджменту**

Сутність функції організування 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. Департаменталізація. Взаємодія структур організації.

### **Тема 8. Мотивування як загальна функція менеджменту**

Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

### **Тема 9. Контролювання як загальна функція менеджменту**

Поняття контролювання та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок під час контролю. Види управлінського контролювання.

### **Тема 10. Регулювання як загальна функція менеджменту**

Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи процесу регулювання.

### **Тема 11. Інформація і комунікації в менеджменті**

Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації.

Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок в процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки.

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

### **Тема 12. 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 примушення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керування. Характеристика та класифікація стилів керування. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера.

Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

### **Тема 13. Ефективність менеджменту**

Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів 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.

Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту.

Культура менеджменту.

## **Дисципліна «Міжнародні економічні відносини»**

### **Тема 1. Предмет і завдання дисципліни «Міжнародні економічні відносини»**

Предмет вивчення дисципліни, її місце серед інших економічних дисциплін, структура і логіка викладання. Значення в підготовці спеціалістів.

Мета, завдання і нові підходи до вивчення курсу, його інформаційно-методичне забезпечення.

МЕВ як економічна категорія. Сутність МЕВ, їх значення, об'єктивна основа і передумови розвитку.

Рівні розвитку МЕВ: функціональні, економічні, територіальні, за суб'єктами діяльності.

Види та форми МЕВ, їх взаємозв'язок.

## **Тема 2. Світове господарство та особливості його розвитку**

Світове господарство (СГ): сутність, елементи і суб'єкти, фактори розвитку. Міжнародна господарча взаємодія. Якісний і кількісний аспекти розвитку СГ. Головні тенденції формування СГ, рівні і цикли його розвитку.

Нерівномірність соціально-економічного розвитку країн світу. Типологізація країн -суб'єктів світового господарства. Регіональний принцип групування і головні регіональні групи країн світу.

Соціально-економічний принцип систематизації країн світу.

Місце окремих угруповань країн у СГ і МЕВ. Провідне значення економічно розвинених країн. Країни, що розвиваються: поняття, загальні ознаки та місце у світовій економіці. Соціально-економічна структура. Проблема ліквідації економічної відсталості і неокolonіальної залежності країн, що розвиваються. Новий міжнародний економічний порядок (НМЕП) як концепція перебудови МЕВ. Нові індустріальні країни. Країни з перехідною економікою: вихідні умови формування, моделі розвитку. «Вашингтонський консенсус». «Шокова терапія». Градуалістська модель трансформації постсоціалістичних економік. Проблеми інтеграції країн з перехідною економікою у світове ринкове господарство. Загострення діалогу «Північ - Південь». Якісні зміни діалогу «Схід - Захід». Взаємини країн по вісі «Центр - Периферія». Внутрішньо- та міжсистемні цивілізаційні діалоги.

## **Тема 3. Еволюційні періоди формування міжнародних економічних відносин**

Доколоніальний період розвитку МЕВ. Зародження та розвиток міжобщинних господарських зв'язків. Міжнародні торговельні зв'язки стародавнього світу.

Міжнародні економічні відносини епохи Середньовіччя. Зовнішньоторговельні відносини при феодализмі. Зовнішньоекономічні зв'язки Київської Русі та Гетьманської держави. Зовнішньоекономічні зв'язки країн Сходу - Китаю, країн Південних морів, Середньої та Центральної Азії, Арабського Сходу. Колоніальний період формування МЕВ. Епоха Великих географічних відкриттів та їх вплив на розвиток МЕВ.

МЕВ в умовах становлення індустріальної цивілізації. Зовнішня торгівля періоду первісного нагромадження капіталу. МЕВ капіталізму вільної конкуренції та монополістичного капіталізму. МЕВ у міжвоєнний період.

Новий (неоколоніальний) період розвитку всесвітніх економічних зв'язків. Світогосподарські зв'язки у новітній період. Зростання єдності та взаємозалежності суб'єктів світового господарства.

#### **Тема 4. Середовище міжнародних економічних відносин**

Поняття середовища МЄВ, його структура й особливості. Природно-географічне середовище, основні його складові впливу на розвиток МЄВ.

Економічне середовище функціонування МЄВ, стан ринкових відносин країн і особливості їх розвитку. Економічні регулятори МЄВ.

Особливості дії економічних законів і закономірностей на міжнародному рівні. Центробіжні тенденції в МЄВ. Роль міжнародних рейтингів в оцінці стану економічного середовища.

Політико-правове середовище. Особливості взаємодії політики й економіки в МЄВ. Політичні інтереси країн та регіонів. Політична стабільність і політичні ризики. Правові регулятори МЄВ.

Соціально-культурне середовище і його значення в розвитку МЄВ. Інфраструктура сучасних МЄВ. Роль транспорту й інформаційно-комунікаційних систем у розвитку МЄВ.

#### **Тема 5. Міжнародний поділ праці та кооперація виробництва**

Міжнародний поділ праці (МПП) - вихідна основа розвитку СГ і МЄВ. МПП як форма прояву суспільного поділу праці. Етапи розвитку МПП. Фактори поглиблення МПП. Вплив технологічної революції на МПП. Головні організаційно-економічні форми втілення МПП.

Система міжнародного поділу праці та основні тенденції її розвитку у сучасних умовах. Міжнародна спеціалізація виробництва. Міжнародне виробниче кооперування.

Проблеми і передумови участі України в МПП.

#### **Тема 6. Міжнародна торгівля як провідна форма міжнародних економічних відносин**

Зростання ролі міжнародної торгівлі (МТ) на сучасному етапі. Міжнародна торгівля як форма МЄВ. Основні фактори зростання міжнародного товарообігу. Особливості розвитку МТ. Вплив НТР на структуру міжнародної торгівлі. Зміни в товарній структурі МТ. Стандартизація товарів на світовому ринку. Міжнародні товарні номенклатури. Штрихові коди. Міжнародна асоціація товарної нумерації «GS1». Асоціація «GS1-Україна».

Регіональна структура (географічний розподіл) МТ. Структура світового товарообігу. Головні причини і наслідки збільшення взаємної торгівлі економічно розвинених країн. Роль країн, що розвиваються в МТ. Місце нових індустріальних країн (ЛІК) у світовій торгівлі. Країни з перехідною економікою в МТ. Проблеми реструктуризації зовнішньої торгівлі нових незалежних держав (ННД).



Монополізація світової торгівлі. Види товарних ринків за ступенем монополізації. Закритий і відкритий сектори світового ринку, їх особливості.

Кон'юнктура товарних ринків - сутність, фактори формування і розвитку, система показників вивчення й основні форми виявлення.

Ціноутворення на світовому ринку. Ціна як важливий показник кон'юнктури товарних ринків. Світова ціна, її ознаки. Ціноутворювальні фактори. Множинність цін на світовому ринку. Рівні світових цін. Інформаційна система світових цін товарних ринків. Проблеми нееквівалентного обміну. Поняття «умови торгівлі» і його економічний зміст.

Види і форми МТ. Зустрічна торгівля. Міжнародні торги (тендери). Міжнародні ярмарки і виставки. Міжнародні аукціони. Особливості біржової торгівлі, її еволюція, організація і функції. Біржові товари. Найбільші міжнародні товарні біржі, їх вплив на міжнародну торгівлю. Види біржових угод. Консигнаційна торгівля.

Особливості розвитку зовнішньоторговельної політики держав. Протекціонізм і лібералізація торгівлі. Лібералізація зовнішньої торгівлі - загальна проблема сучасних МЕВ.

Засоби зовнішньоторговельної політики. Вияви дискримінації в МТ. Регіональне торговельне співробітництво.

Регулювання міжнародних торговельних відносин. Діяльність міжнародних торговельних організацій. ГАТТ (Генеральна угода з тарифів і торгівлі) та ЮНКТАД (Конференція ООН з питань торгівлі й розвитку). Перетворення ГАТТ на Світову організацію торгівлі (СОТ). Реорганізація КОКОМ (Координаційна рада з експортного контролю). Значення торговельних угод у сучасних умовах. Діяльність Міжнародної торговельної палати.

Передумови й особливості участі України в МТ.

## **Тема 7. Міжнародні економічні відносини у сфері послуг**

Значення світового ринку послуг, передумови його формування. Специфічні ознаки міжнародної торгівлі послугами, її динаміка, структура і географічні напрямки.

Секторальні ознаки розвитку міжнародних ринків послуг.

Міжнародні інжинірингові послуги. Міжнародний консалтинг. Міжнародний аутсорсинг. Міжнародні телекомунікаційні, фінансові, страхові послуги.

Туристичні послуги на світовому ринку. Міжнародні туристські потоки. Фактори розвитку міжнародного туризму.

Франчайзинг у системі міжнародних послуг. Регулювання умов використання товарних знаків, Мадридська угода про їх міжнародну реєстрацію.

Міжнародний лізинг, його види. Головні країни-експортери лізингових послуг. Значення міжнародного лізингу в МТ та міжнародній інвестиційній діяльності.

Роль транспорту в МЕВ. Види міжнародних сполучень. Міжнародні перевезення. Міжконтинентальні та внутрішньоконтинентальні перевезення

вантажів. Фактори вибору транспорту для міжнародних перевезень. Міжнародні пасажирські сполучення.

Регулювання міжнародних транспортних відносин міжнародними транспортними організаціями та конвенціями.

Регулювання МЕВ у сфері послуг. Роль та механізми регулювання міжнародної торгівлі послугами у форматі ГАТС.

Проблеми участі України в міжнародній торгівлі послугами

## **Тема 8. Міжнародна інвестиційна діяльність і виробниче співробітництво**

Загальні передумови розвитку міжнародної інвестиційної та виробничої діяльності. Міжнародний рух капіталу: суть, чинники, форми. «Інвестиційний клімат». Види зарубіжних інвестицій, їх масштаби. Зміни частки головних економічних центрів у вивозі капіталів. Основні потоки міжнародного капіталообміну. Макроекономічні наслідки вивозу капіталу для країн-донорів та країн-реципієнтів. Вивіз капіталу як фактор інтенсифікації міжнародної інвестиційної і виробничої діяльності. Іноземні інвестиції в економіці України.

ТНК - головні суб'єкти міжнародної виробничої та інвестиційної діяльності, їх сутність і еволюція, сучасна стратегія. Типи монопольних об'єднань. Роль внутрішньокорпоративного обміну. Суперечності між ТНК і національно-державною формою політичної організації суспільства. Регулювання діяльності ТНК.

Роль фінансово-промислових груп (ФПГ) у розвитку міжнародного виробничого співробітництва.

Спільні підприємства (СП). Передумови й особливості розвитку спільного підприємства. Організаційно-правові й економічні форми створення і функціонування СП. Масштаби, рівень і динаміка розвитку СП. Міжнародні стратегічні альянси (МСА). Роль МСА у сучасному науково-технічному міжнародному співробітництві. Вільні економічні зони (ВЕЗ). Класифікація ВЕЗ, особливості функціонування. Діяльність ВЕЗ у різних країнах.

Передумови розвитку міжнародної підприємницької діяльності в Україні.

Міжнародні фінансові ринки та рух капіталу. Міжнародні фінансові центри, передумови їх функціонування. Податкові гавані. Офшорні зони.

Регулювання міжнародної інвестиційної діяльності: суть, його цілі, інструменти.

## **Тема 9. Міжнародна міграція робочої сили**

Поняття міжнародної міграції робочої сили, її економічна природа, рушійні сили й етапи розвитку. Масштаби, форми й основні тенденції розвитку сучасних міграційних процесів. Види міжнародної міграції. Міжнародний ринок спеціалістів високої кваліфікації («золотих комірців») і проблема «відпливу інтелекту». Роль НТР у розвитку міграції робочої сили, наукових та інженерно-технічних кадрів. Соціально-економічні наслідки міжнародної трудової міграції. Міжнародна міграція робочої сили і платіжні баланси країн.

Загальні закономірності створення світового ринку робочої сили, головні регіони і центри її міжнародного тяжіння й експорту. Міжнародні монополії і ринок праці. Форми і засоби експлуатації робочих-іммігрантів. Вплив міжнародної економічної інтеграції на інтернаціоналізацію ринку праці.

Державне і міжнародне регулювання трудової міграції. Міжнародна організація праці (МОП), Міжнародна організація з питань міграції (МОМ) та їх роль у вирішенні питань безробіття і захисту прав трудящих. Програми стимулювання еластичності ринку праці і забезпечення зайнятості населення. Гнучкість ринку праці.

Проблеми трудової міграції і ринку робочої сили в Україні.

### **Тема 10. Міжнародний науково-технічний обмін**

Передумови науково-технічного співробітництва (НТС). НТС як форма МЕН. Традиційні і нові форми НТС країн світу. Вплив НТР на розвиток міжнародного НТС. Міжнародний рух технологій та механізм їх передачі. Спільні наукові дослідження. Міжнародні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР). Обмін науково-технічними досягненнями і досвідом. Взаємні консультації з основних питань НТС. Розробка науково-технічних прогнозів. Співробітництво у галузі науково-технічної інформації, винахідництва та патентної справи. Спільні наукові дослідження щодо захисту навколишнього середовища, у медицині, освоєнні космосу і Світового океану. Напрями НТС - електронізація господарства, його автоматизація, нові види конструкційних матеріалів, біотехнології, атомна енергетика та ін.

Комерційний зміст науково-технічних відносин. Розвиток торгівлі ліцензіями і ноу-хау. Захист інтелектуальної власності.

Інтернаціоналізація НТС. Міжнародні науково-технічні програми. Проблеми НТС у діалозі Схід-Захід. Перспективи включення науково-технічного потенціалу України до міжнародних науково-технічних зв'язків.

### **Тема 11. Світова валютна система і міжнародні валютно-фінансові відносини**

Національні, міжнародні і світова валютні системи, їх сутність, елементи. Поняття валюти й її види. Конвертованість валют. Валютний курс, його види. Валютний паритет. Котирування валют. Крос-курс. Валютні ринки та валютні операції. Принципи, форми та інструменти валютної політики держав з відкритою економікою.

Еволюція світової валютної системи. Паризька, Генуезька, Бреттон-Вудська і Ямайська валютні системи. Європейська валютна система в повоєнний період. Валютно-фінансова система країн ЄС. Роль долара як світової валюти. Еволюція ролі та перспективи золота в міжнародних валютно-фінансових відносинах. Проблема диверсифікації міжнародних валютних резервів.

Механізм міжнародних розрахунків. Платіжний і розрахунковий баланси, їх структура. Платіжний баланс як індикатор взаємин національної економіки з

зовнішнім світом. Методи регулювання платіжного балансу. Нестабільність міжнародних розрахунків і основні проблеми платіжних балансів країн світу.

### **Тема 12. Міжнародні кредитні відносини**

Міжнародний кредит, його роль у світовій економіці, функції у сфері зовнішньоекономічних зв'язків. Сутність міжнародних кредитних відносин. Основні види кредитних угод. Умови надання кредитів. Кредитні міжбанківські ставки. Класифікація кредитів.

Передумови формування і розвиток світового ринку позичкових капіталів (СРПК), його функції. Різновидність операцій на СРПК. Світовий грошовий ринок і ринок цінних паперів. Операції сек'юритизації. Сутність та особливості розвитку євроринку. Фактори розвитку євроринку та його сектори. Валютна й інституціональна структура СРПК. Система СВІФТ.

Роль транснаціональних банків у розподілі та перерозподілі міжнародних позичкових ресурсів.

Регіональні зміни у сфері зовнішніх запозичень. Проблеми зовнішньої заборгованості у МЄВ. Форми, структура і масштаби зовнішньої заборгованості. Інструменти управління зовнішнім боргом країн. Проблема заборгованості і значення іноземних кредитів для економічного розвитку України.

### **Тема 13. Міжнародна економічна інтеграція**

Міжнародна економічна інтеграція (МЕІ) - закономірність розвитку світового господарства і МЄВ. Сутність, цілі і значення МЕІ, основні ознаки. Передумови і фактори розвитку МЕІ як якісно нового рівня МЄВ. Головні учасники й організатори процесу МЕІ, його сучасні особливості. Форми МЕІ. Етапи формування міжнародних економічних інтеграційних угруповань. Економічні ефекти інтеграції.

Регіональний характер МЕІ як її особливість. Регіональні інтеграційні об'єднання економічно розвинених країн.

Об'єктивні передумови, політичні й економічні цілі, основні етапи розвитку західноєвропейської економічної інтеграції. Єдність економічної системи країн ЄС. Особливості розвитку аграрної сфери. Створення західноєвропейської моделі єдиного промислового і науково-технічного розвитку. Єдина науково-технічна політика. Інституціональна структура і політико-правові механізми ЄС. Політика ЄС відносно «третьох» країн та їх угруповань. Проблеми подальшого розширення ЄС. Україна й ЄС.

Європейська асоціація вільної торгівлі (ЄАВТ). ЄС - ЄАВТ.

Північноамериканська економічна інтеграція. Формування Північноамериканської зони вільної торгівлі (НАФТА). США у світових інтеграційних процесах. Глобальна політика США щодо процесів європейської економічної інтеграції. Особливості економічних відносин з країнами АТР.

Інтеграційні процеси в економіці країн, що розвиваються. Роль МЕІ у здійсненні НМЕП.

Особливості економічної інтеграції країн Латинської Америки. Розвиток регіональних і субрегіональних інтеграційних угруповань. Латиноамериканська асоціація інтеграції (ЛААІ). Андська група. Центральньоамериканський спільний ринок (ЦАСР). Співробітництво Карибського басейну (КАРІКОМ). Спільний ринок країн Південного конусу (МЕРКОСУР). Проблеми і перспективи створення системи колективних економічних дій у Латинській Америці.

Проблеми розвитку регіонального економічного співробітництва в Африці. Основні економічні угруповання країн Африки. Економічне співробітництво західноафриканських держав (ЕКОВАС). Митний і економічний союз Центральної Африки (ЮДЕАК), його трансформація на економічний і валютний союз Центральної Африки (ЕВСЦА). Спільний ринок країн Магрибу. Спільний ринок Східної і Південної Африки (КОМЕСА). Співробітництво розвитку Півдня Африки (САДК). Проблеми формування Африканського економічного співробітництва (АфЕС).

Особливості розвитку економічної інтеграції в країнах Азії. Асоціація країн Південно-Східної Азії (АСЕАН). Асоціація регіонального співробітництва Південної Азії (СААРК). Азійсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС). Рада співробітництва арабських держав Перської затоки (РСАДПЗ).

Проблеми розвитку економічної інтеграції в східноєвропейських країнах у нових умовах переходу до ринкової економіки, створення нової моделі економічної інтеграції. Східноєвропейське співробітництво і вільна торгівля (СЄВТ). Вишеградська група. Центральньо-європейська асоціація вільної торгівлі (ЦЄФТА). «Карпатський єврорегіон». Чорноморське економічне співтовариство. Економічний союз країн СНД. Єдиний економічний простір (ЄЕП). Центральноазійське економічне співробітництво (ЦАЕС). ГУ АМ. Євразійське економічне співробітництво (ЄврАзЕС). Шанхайська організація співробітництва (ШОС). Україна в світових та регіональних інтеграційних процесах.

#### **Тема 14. Міжнародні економічні організації у багатосторонньому економічному співробітництві і регулюванні міжнародних економічних відносин**

Поняття «міжнародні економічні організації» (МЕО). Роль МЕО в системі МЕВ. МЕО як вияв тенденції багатостороннього економічного співробітництва. Головні функції, принципи і методи діяльності МЕО, механізм управління, фінансові кошти. Участь країн у МЕО як одна з форм реалізації їх суверенітету. Сучасна система МЕО, їх класифікація.

Економічна діяльність ООН, її рівні. Система головних органів ООН. Генеральна Асамблея. Економічна і соціальна рада ООН (ЕКОСОР). Програми ООН. Регіональні комісії ООН з соціальних і економічних питань.

МЕО поза системою ООН. Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР). «Велика вісімка».

Група Світового банку, мета створення, функції, структура. Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР). Міжнародна фінансова корпорація (МФК). Міжнародна асоціація розвитку (МАР). Багатостороннє інвестиційно-гарантійне агентство (БАГІ).

Міжнародний валютний фонд (МВФ) як одна з головних фінансових організації компетенція, фінансові кошти, організаційна структура, особливості кредитної діяльності Фонди МВФ. Програми МВФ в Україні.

Банк міжнародних розрахунків (БМР) у системі регулювання валютно-кредитних відносин. Група десяти («Паризький клуб»). Лондонський клуб.

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). Головні напрями діяльності ЄБРР в Україні.

Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), особливості його діяльності.

Регіональні банки реконструкції та розвитку в Африці. Азії, Латинській Америці, і роль у економічному розвитку країн, що розвиваються.

Міждержавні загальноекономічні та політичні організації країн, що розвиваються Організація американських держав (ОАД). Організація африканської єдності (ОАЄ) та правонаступник Африканський союз (АС). Організація «Ісламська конференція» (ОІК). Ліг арабських держав (ЛАД).

Міждержавні галузеві організації. Організація держав - експортерів нафти (ОПЕК) і її арабська група (ОАПЕК). Рада з нафти (АСКОПЕ). Асоціація судновласників (ФАСАЗ). Асоціація вантажовідправників. Міждержавні організації у галузі сільського господарств (кофе, какао, банани, цукор та ін.), у галузі промисловості та будівництва (залізо і сталі боксити, олово, мідь та ін.).

Міжнародні об'єднання підприємців.

Україна і міжнародні економічні організації.

## **Тема 15. Проблеми інтеграції України до системи світогосподарських зв'язків**

Необхідність і значення інтеграції України до СГ і МЄВ. Передумови входження України до світового економічного простору. Проблеми економічної безпеки. Трансформація структури зовнішньої торгівлі. Реалізація конкурентних переваг. Україна в міжнародних інвестиційних відносинах. Стабілізація виробництва та його структурна перебудова, залучення іноземних інвестицій. Створення конкурентного середовища. Досягнення експортно-імпортне збалансованості. Зменшення рівня бартерного обміну.

Національні економічні інтереси України у сфері МЄВ: регіональні, субрегіональні локальні. Головні напрями розвитку МЄВ: розвиток двосторонніх міжнародних відносин розширення участі у європейському регіональному співробітництві, співробітництво в межах: СНД, членство в міжнародних організаціях. Пріоритети України в регіональному співробітництві. Проблеми співробітництва з ЄС. Нові регіональні напрями зовнішньоекономічних зв'язків України. Україна - член СОТ: зовнішні детермінанти економічного розвитку країни Переваги та загрози лібералізації внутрішнього ринку та зовнішньої торгівлі.

## **Тема 16. Економічна єдність світу і глобальні проблеми міжнародних економічних відносин**

Формування економічної єдності світу. Поглиблення інтернаціоналізації СГ. Роль НТР у зближенні якісних характеристик сучасного виробництва.

Глобалізація економічного розвитку і роль МЕВ у налагодженні зв'язків національних економік зі світовим господарством, формуванні елементів глобальної економіки. Світова економічна рівновага, механізм її регулювання. Рушійні сили й особливості сучасної економічної глобалізації, її головні форми. Моделі економічного розвитку. Глобальні інвестиційні цикли.

Глобальні проблеми СГ і МЕВ. Міжнародні економічні аспекти вирішення екологічних проблем. Шляхи вирішення глобальної продовольчої проблеми. Глобальна енергетична проблема. Міжнародний тероризм у контексті безпеки світової спільноти. Координація міжнародної економічної політики.

### **Дисципліна «Зовнішньоекономічна діяльність підприємства»**

#### **Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки**

Характеристика категорій зовнішньоекономічної сфери та їх взаємозв'язки. Функції зовнішньоекономічної діяльності. Напрями впливу зовнішньоекономічного чинника на національну економіку. Сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність», основні види і форми зовнішньоекономічної діяльності. Причини і передумови розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Поняття об'єктів та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Право на здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Місце дисципліни в системі загальноосвітніх і професійно орієнтованих дисциплін. Актуальність та практична спрямованість дисципліни, її структура і послідовність вивчення.

#### **Тема 2. Основні напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Зовнішньоекономічна політика держави. Сучасні концептуальні підходи до формування зовнішньоекономічної політики України в контексті реалізації національних економічних інтересів. Основні етапи розвитку ЗЕД в Україні. Аналіз та оцінка сучасного стану ЗЕД України. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни: абсолютні (обсяг та динаміка зовнішнього товарообігу; торговельне сальдо, генеральна торгівля), відносні (індекси динаміки експорту та імпорту, коефіцієнт покриття імпорту експортом, індекс концентрації експорту, індекс «умов торгівлі», індекс імпортової залежності країни, індекс чистої торгівлі), показники структури (індекс диверсифікації експорту/ імпорту, частка продукції обробної промисловості в загальному обсязі експорту продукції, індекс географічної концентрації експорту/імпорту); показники інтенсивності та ефективності

зовнішньоекономічних зв'язків країни. Платіжний баланс України, його структура та характеристика.

### **Тема 3. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Характеристика системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності: принципи, цілі, методи. Еволюція системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Національне та наднаціональне регулювання ЗЕД. Характеристика органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та їх компетенції. Органи місцевого самоврядування та регіональний аспект регулювання ЗЕД. Недержавні органи регулювання зовнішньоекономічної діяльності: торгово-промислові палати, фондові та валютні біржі. Економічні та адміністративні методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Правове регулювання ЗЕД. Реєстрація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

### **Тема 4. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Сутність митного регулювання ЗЕД. Принципи митного регулювання. Митні органи України: завдання, функції, структура. Види і методи здійснення митного контролю. Характеристика митних режимів: експорту, імпорту, транзиту, реекспорту, реімпорту, тимчасового ввезення (вивезення), переробки на митній території України, переробки поза межами митної території України, знищення і руйнування, магазину безмитної торгівлі, митного складу, спеціальної митної зони, відмови на користь держави. Товарна номенклатура ЗЕД. Порядок митного оформлення товарів. Основні митні документи та специфіка їх оформлення. Плата за митне оформлення товарів. Декларування товарів: форми та процедури. Митна вартість та методи її визначення. Мета застосування правил інтерпретації міжнародних торговельних термінів «Incoterms 2010». Мито як інструмент економічного регулювання. Єдиний митний тариф. Види мита. Види митних ставок.

### **Тема 5. Загальнодержавні податки у сфері зовнішньоекономічної діяльності**

Види та функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Сутність та порядок нарахування митних податків (ПДВ, мита, акцизного податку) у сфері ЗЕД. Особливості оподаткування залежно від митного режиму. Порядок відшкодування ПДВ при експорті. Проблеми бюджетної заборгованості з ПДВ і шляхи їх вирішення. Операції, які звільняються від справляння ПДВ. Єдиний збір, що стягується у пунктах пропуску через митний кордон. Відображення митних платежів у ВМД. Особливості оподаткування імпорту послуг



## **Тема 6. Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності**

Нетарифні засоби регулювання, їх класифікація і характеристика. Механізм впливу нетарифних засобів регулювання на економіку країни. Інструменти нетарифного регулювання. Кількісні обмеження: ліцензування і квотування. Класифікація квот за напрямом дії та масштабом охоплення. Порівняльний аналіз ефективності застосування імпортного тарифу та імпоротної квоти. Перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню. Види та способи розподілу ліцензій. Механізм оформлення документів для отримання ліцензій. Фінансові засоби нетарифного регулювання: експортні кредити, експортні субсидії, імпортні депозити. Антидемпінгові заходи, визначення демпінгової маржі та величини шкоди національним виробникам. Нарахування антидемпінгового та компенсаційного мита. Сертифікація, стандартизація, технічні бар'єри, вимоги щодо вмісту місцевих компонентів, вимоги щодо упакування та маркування товарів. Сутність політики державних закупівель.

## **Тема 7. Валютне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Сутність, основні принципи та інструменти валютного регулювання. Поняття валютної політики держави та її складові. Об'єкти та суб'єкти валютного регулювання. Валюта, валютний курс, валютні цінності. Порядок придбання і використання валюти, здійснення розрахунків в іноземній валюті. Система валютного контролю. Види валютних операцій. Обмеження щодо перевезення та пересилання валютних цінностей. Українська міжбанківська валютна біржа та її функції. Механізм проведення торгів іноземною валютою.

## **Тема 8. Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності**

Сутність міжнародних розрахунків та необхідність банківського обслуговування у сфері ЗЕД. Форми розрахунків: аванс, акредитив, інкасо, платіж за відкритим рахунком, банківський переказ, Види і засоби платежу. Готівковий платіж, авансовий платіж, платіж у кредит. Вексель, чек. Основні види банківських послуг у сфері ЗЕД. Документальне оформлення банківських операцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності: депозитних, розрахункових, валютообмінних та кредитних операцій. Кореспондентські відносини у сфері ЗЕД. Форми кредитування експортерів та імпортерів. Платіжні системи: SWIFT, CHIPS, TARGET. Система клірингу. Оцінка надійності та вибір комерційних банків суб'єктами ЗЕД.

## **Тема 9. Форми виходу підприємств на зовнішні ринки**

Передумови і мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки. Пошук та вибір партнера. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішні ринки. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки. Прямий і непрямий експорт. Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування як форми виходу підприємства на зовнішні ринки. Умови функціонування

підприємств на зовнішніх ринках. Вивчення й аналіз умов ринку. Дослідження потенційних можливостей фірми при виході на зовнішні ринки. Способи встановлення контактів з потенційним партнером.

### **Тема 10. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства**

Зовнішньоторговельна ціна: сутність поняття, функції, класифікація зовнішньоторговельних цін. Цінова політика підприємства, обґрунтування зовнішньоторговельних цін. Основні фактори ціноутворення в ЗЕД. Принципи визначення світових цін. Трансфертні ціни: сутність, функції. Особливості трансфертного ціноутворення. Ціноутворення в електронній торгівлі. Специфіка формування цін на сировинні товари, готові вироби. Етапи формування контрактної ціни. Рівень ціни, базис ціни, одиниця виміру ціни. Способи фіксації цін. Цінові знижки і надбавки.

### **Тема 11. Торговельно-посередницька діяльність на зовнішньому ринку**

Сутність та види посередницької діяльності. Характеристика посередників за обсягом повноважень та за місцем, що вони посідають на зовнішніх ринках. Агенти, представники,

брокери, маклери. Угоди комісії, їх особливості. Угоди чистої комісії. Договір «делькредере». Угоди консигнації, особливості і можливості здійснення. Торгові агенти, агенти повірені: обов'язки, особливості, регулювання. Дистриб'ютори, дилери, їх місце на ринку. Прості агенти, агенти з правом «першої руки», монополні (ексклюзивні) агенти. Регулювання посередницьких операцій в Україні.

### **Тема 12. Компенсаційна торгівля у сфері зовнішньоекономічної діяльності**

Сутність та особливості компенсаційних угод. Класифікація угод зустрічної торгівлі. Операції натурального обміну. Операції, які передбачають участь продавця в реалізації товарів, запропонованих покупцем. Комерційна компенсація, зустрічні закупівлі, авансові закупівлі, угоди типу «світч», угоди типу «офсет», рамочні угоди, угоди позитивної зустрічної торгівлі, угоди щодо зворотного експорту, програми пов'язання імпорту та експорту і обов'язки, які передбачають участь інвестора в експорті товарів країни-імпортера. Операції в рамках промислового співробітництва. Співробітництво на комерційній основі, виробнича кооперація, франчайзинг, операції з давальницькою сировиною.

### **Тема 13. Структура і зміст зовнішньоекономічних контрактів**

Умови контракту: обов'язкові та додаткові. Зміст і характеристика основних умов контракту. Преамбула. Предмет контракту. Кількість та якість товару в контракті. Базисні умови поставки. Термін і дата постачання. Пакування і маркування. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Валюта ціни і валюта платежу. Умови перерахунку валюти ціни у

валюту платежу. Гарантії на технічне обслуговування. Порядок приймання товару. Рекламації і санкції. Арбітраж. Форс-мажорні обставини. Інші умови.

#### **Тема 14. Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства**

Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Аналіз виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій. Аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності. Аналіз раціональності використання коштів у зовнішній торгівлі: оборотність оборотних коштів у зовнішньоторговельних операціях, аналіз обороту коштів у товарах, аналіз обороту коштів у розрахунках, аналіз накладних витрат при експорті та імпорту товарів. Методологічні підходи до визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Система показників ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Оцінка економічної ефективності. Оцінка валютної ефективності експорту і імпорту. Вплив зовнішньоекономічної діяльності підприємства на його фінансові результати.

#### **Тема 15. Ризики у зовнішньоекономічній діяльності та їх страхування**

Сутність та класифікація ризиків ЗЕД. Характеристика транспортних, комерційних, політичних, валютних, митних ризиків та ризиків у міжнародних розрахунках. Методи страхування ризиків у ЗЕД. Особливості самострахування. Страхування вантажів у ЗЕД.

#### **Тема 16. Транспортне обслуговування зовнішньоекономічної діяльності**

Способи транспортного страхування. Сутність та система регулювання міжнародних перевезень. Правове регулювання міжнародних перевезень, його види. Організація міжнародних перевезень. Фактори, що впливають на вибір виду транспорту та показники ефективності транспортного обслуговування підприємств. Особливості міжнародних перевезень різними видами транспорту: морським, залізничним, автомобільним, авіаційним, трубопровідним та змішаними видами транспорту. Товарно-транспортна документація. Формування ціни на транспортні послуги. Експедиторське обслуговування міжнародних перевезень. Міжнародні транспортні коридори. Формування тарифів на перевезення різними видами транспорту.

#### **Тема 17. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств на території вільних економічних зон**

Мета і завдання створення спеціальних економічних зон. Світовий досвід використання режимів спеціальних економічних зон. Пільги, що надаються на території ВЕЗ. Класифікація та характеристика видів вільних економічних зон: експортно-виробничих, туристсько-рекреаційних ВЕЗ, вільних портів, технопарків, технополісів і бізнес-інкубаторів. Основні офшорні юрисдикції. Офшорні компанії. Цілі використання офшорних компаній. Основні види офшорних компаній. Співпраця офшорної та офшорної компанії. Діяльність

офшорних банків. Регулювання співпраці українських резидентів з офшорними компаніями. Законодавчі обмеження щодо співпраці з офшорами.

## **Дисципліна «Маркетинг»**

### **Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепцій**

Історичні передумови виникнення та розвитку маркетингу. Поняття маркетингу Історичні передумови виникнення маркетингу. Основні сучасні та класичні визначення маркетингу. Етапи розвитку маркетингу.

Теоретичні основи маркетингу: сутність та концепції розвитку. Концепції маркетингу: товарна, збутова, ринкова, концепція соціально-етичного (соціально-відповідального маркетингу), маркетинг відносин. Консумеризм - рух споживачів щодо захисту своїх прав. Міжнародна організація спілок споживачів (МОСС). Організація захисту прав споживачів в Україні. Закон України «Про захист прав споживачів». Розподільчий, функціональний та управлінський аспекти маркетингу.

Маркетинг як система управління, орієнтована на ринок. Маркетинг як діяльність на ринку. Маркетинг-мікс. Маркетинг як наука. Значення маркетингу. Принципи та функції маркетингу.

Принципи маркетингу: комерційної результативності, наукового підходу до його організації, комплексного підходу до застосування елементів, своєчасності адекватної реакції на потреби ринку, соціально-етичної орієнтації, активного впливу на ринок. Сучасні підходи щодо кількості та змісту принципів маркетингу.

Загальні функції маркетингу: маркетингові дослідження, розроблення та планування асортименту і якості товарів, формування цінової стратегії і тактики, розвиток системи розповсюдження, розроблення реклами та інших маркетингових комунікацій. Еволюція функцій маркетингу.

Маркетингова програма: механізм створення цінностей і зв'язків зі споживачами. Актуальність та практична необхідність вивчення і використання маркетингу для підготовки сучасних менеджерів в умовах ринкової економіки в Україні.

Маркетинг як механізм реалізації можливостей підприємства в нестабільних ринкових умовах. Маркетинг як філософія бізнесу та управління. Маркетинг як стратегія і тактика мислення та дій суб'єктів ринкових відносин. Маркетинг як динамічна сфера економічної діяльності. Маркетинг - вид професійної діяльності. Маркетинг як науково-прикладна дисципліна.

### **Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система**

Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Визначення маркетингового середовища. Склад маркетингового середовища: макро- і мікросередовища. PEST-фактори та їх характеристика. Характеристика мікросередовища (фактори безпосереднього оточення: постачальників, покупців, конкурентів, маркетингових посередників, контактних аудиторій).

Фактори внутрішнього середовища підприємства та їх характеристика. Основні етичні проблеми маркетингу. Соціальна відповідальність маркетингу.

Цілі, завдання та види маркетингу, їх характеристика. Загальні та конкретні цілі маркетингу, їх характеристика. Ієрархія цілей маркетингу. Класичні завдання маркетингу. Завдання маркетингу залежно від стану попиту на ринку.

Типи маркетингу залежно від сфер застосування. Маркетинг споживчих товарів. Маркетинг товарів промислового призначення. Маркетинг послуг. Маркетинг організацій. Маркетинг окремих осіб. Маркетинг місць. Маркетинг ідей. Типи маркетингу залежно від рівня використання. Мікромаркетинг. Макромаркетинг. Види маркетингу залежно від цілей діяльності. Комерційний та некомерційний маркетинг (метамаркетинг), їх порівняльна оцінка. Види маркетингу за територіальною ознакою. Маркетинг на внутрішньому ринку (локальний, регіональний, національний). Маркетинг на Зовнішньому ринку (експортний, зовнішньоекономічний, міжнародний, глобальний).

### **Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень**

Інформація, її сутність, вимоги до маркетингової інформації. Законодавство України про інформацію та програму інформатизації. Класифікація маркетингової інформації за такими ознаками: за місцем збору інформації, за змістом інформації, за періодичністю накопичення, за походженням інформації, за джерелами інформації, за платністю інформації, за формами одержання, за призначенням інформації, за ступенем доступності інформації, за стабільністю інформації, за стадіями перетворення, за насиченістю інформації, за впливом на маркетингові рішення, за засобами передачі та ін. Первинна і вторинна інформація, переваги й недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання. Значення інформації у маркетинговій діяльності. Інформаційне забезпечення. Недоліки інформаційного забезпечення.

Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика. Система внутрішньо-фірмової інформації. Система маркетингових спостережень.

Маркетингові дослідження як основна складова формування банку даних МІС підприємства. Аналіз маркетингової інформації. Система обробки інформації: методи та процеси здійснення аналітичних і прогнозних розрахунків. Використання персональних комп'ютерів в інформаційних системах маркетингу. Комп'ютеризовані інформаційні системи маркетингу.

Сутність, види та методи маркетингових досліджень. Поняття і необхідність маркетингових досліджень. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень МТП та ЄСОМАР, про сутність, термінологію, принципи та правила проведення маркетингових досліджень. Цілі, завдання та умови ефективності маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень залежно від методів отримання інформації, від мети

досліджень, від напрямів досліджень, від суб'єктів досліджень, за призначенням та ін.

Маркетинг як арсенал сучасних прийомів та методів ринкової діяльності. Використання загальнонаукових, аналітичних, прогностичних методів. Загальнонаукові методи: системний, ситуаційний підхід, програмно-цільовий підхід, комплексні методи дослідження. Аналітичні методи: методи порівнянь, групувань, табличний метод, балансовий, метод ланцюгових підстановок, індексний метод, лінійне програмування, сітьове планування та управління, метод теорії масового обслуговування, теорія зв'язку, теорія ігор, факторний аналіз, кластерний аналіз, контент-аналіз, дисперсійний, кореляційно-регресійний аналіз та інші у вирішенні окремих завдань маркетингової діяльності. Застосування прогностичних методів у маркетингу: експертних оцінок, економіко-математичного моделювання, комплексні методи. Доцільність їх застосування.

Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень: визначення проблеми і формування мети досліджень; попередній аналіз інформації та вивчення чинників, які обумовлюють необхідність у додатковій інформації; прийняття рішення про проведення маркетингових досліджень і визначення об'єкту дослідження; оцінка можливих джерел та способів збору інформації; складання плану досліджень; збір маркетингової інформації; реєстрація, обробка, аналіз та інтерпретація даних за допомогою персональних комп'ютерів; підготовка та подання звіту, характеристика розділів звіту, розроблення рекомендацій; оцінка ефективності заходів, прийнятих та здійснених на основі розроблених рекомендацій.

#### **Тема 4. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів**

Потреби і попит суб'єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту. Потреби - вихідна ідея маркетингу. Визначення потреб. Стадії розвитку потреб та їх характеристика. Фактори, що впливають на потреби. Класифікація потреб за різними ознаками. Вимірювання потреб. Попит: сутність та умови виникнення. Взаємозв'язок та відмінність попиту і потреб, класифікація попиту. Методи оцінки поточного попиту. Методи прогнозування попиту.

Моделювання поведінки покупців. Типи покупців, їх характеристика та особливості. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів виробничого та невиробничого призначенні, вибору продукту для задоволення існуючої потреби. Особливості купівлі товарів виробничого призначення. Типи ситуацій під час здійснення закупівель для потреб підприємства. Основні фактори, що визначають процес прийняття рішення про купівлю: економічна, політична ситуація в країні, стан кон'юнктури ринку, інфраструктура підприємства, відмітні особливості підприємства, міжособистісні відносини та особливості рис характеру відповідального за закупку.

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. Фактори, що впливають на поведінку покупців: потреби, спонукальні фактори комплексу маркетингу, фактори макросередовища, психологічні та особистісні характеристики покупця.

Етапи прийняття рішення про придбання споживчих товарів: усвідомлення проблеми, пошук інформації (джерела інформації), оцінка варіантів (моделі оцінки та вибору продукту), можливі рішення щодо купівлі, реакція на купівлю (варіанти використання товару після продажу). Розгорнута модель поведінки покупців.

Сутність та ознаки сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку. Визначення сегментації ринку. Мета та завдання сегментації. Значення сегментації ринку. Процес сегментації ринку та його характеристика. Ознаки сегментації ринку: географічні, психографічні, поведінкові, демографічні, геодемографічні, соціально-економічні, культурні. Критерії вибору цільового сегменту. Підходи до сегментації ринку: масовий ринок, сегментація ринку, множинна сегментація ринку.

Стратегії маркетингу щодо сегментації ринку: стратегія недиференційованого маркетингу, стратегія цільового маркетингу, стратегія диференційованого маркетингу, стратегія індивідуалізованого маркетингу. Чинники вибору стратегії сегментації. Типологія споживачів: поняття та підходи до її здійснення. Поняття типології споживачів. Підходи до здійснення типології споживачів. Типологія за факторами-детермінантами. Емпірична типологія на основі психографічного аналізу поведінки. Панельні дослідження як джерела інформації для розробки типології споживачів.

## **Тема 5. Товар у комплексі маркетингу**

Товар та його характеристики при маркетинговому підході. Рівні товару. Цільові напрями в роботі з товаром. Об'єкт дослідження товарів.

Класифікація товарів. Ієрархія товарів. Характеристика товарного асортименту (ширина, глибина, порівнюваність). Шляхи розширення асортименту: нарощування, насичення. Конкурентоспроможність товарів та методи її оцінки. Поняття конкурентоспроможності товару.

Якість товару в системі маркетингу. Привабливість товару для споживача. Рівні якості товару, їх характеристика. Петля якості. Значення системи сертифікації товарів у підвищенні рівня їх якості ISO 9001:2000. Ціна споживання.

Поняття конкурентоспроможності товару. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Система показників оцінки конкурентоспроможності товару. Позиціонування товару на ринку.

Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ): сутність і характеристика етапів ЖЦТ. Поняття життєвого циклу товарів. Види та стадії життєвого циклу товарів і їх характеристика.

Нові товари в маркетингу: сутність, типи нововведень, етапи розроблення нових товарів. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.

Товарна марка: поняття, типи, значення. Рішення щодо створення товарних марок. Законодавче забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг. Функції та значення товарної марки.

Упаковка товарів: поняття, види, функції, фактори, які обумовлюють рішення відносно упаковки. Сервіс у комплексі маркетингу: види, завдання та значення системи сервісу.

### **Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу**

Ціна як елемент комплексу маркетингу. Етапи процесу встановлення ціни. Вплив на ціну факторів: споживачів, правового поля, учасників каналів товароруку, конкурентного середовища, витрат виробництва та реалізації товарів.

Взаємозв'язок ціни з елементами комплексу маркетингу. Ціна як показник економічної цінності товару. Роль ціни у комплексі маркетингу. Цінові стратегії: поняття, види. Цінові стратегії на ринку нових товарів. Цінові стратегії на модернізовані товари. Стратегії формування цін на традиційну продукцію.

Методи розрахунку рівня цін. Метод розрахунку цін на основі витрат. Метод математичного моделювання залежності цін від ринкових чинників. Параметричний метод. Метод формування цін з орієнтацією на попит. Метод розрахунку цін з орієнтацією на конкурентів. Методи ціноутворення на основі споживчої цінності товару.

### **Тема 7. Розповсюдження у комплексі маркетингу**

Сутність, цілі, принципи, процес розповсюдження у системі маркетингу. Учасники товароруку та їх функції. Комплексний процес товароруку та його етапи. Чинники, які впливають на процес товароруку. Критерії вибору ефективної системи товароруку.

Канали розповсюдження та їх характеристика. Структура та організація каналу товароруку. Маркетингові канали споживчих товарів і послуг. Маркетингові канали промислових каналів та послуг. Електронні маркетингові канали. Прямий та непрямий канали товароруку (нульовий, одно-, двох-, трирівневі). Вибір каналів товароруку.

Оптова торгівля у системі маркетингу. Функції оптової торгівлі. Форми оптової торгівлі: оптова діяльність виробників, комерційна оптова діяльність, агенти, брокери.

Роздрібна торгівля та її функції. Множинні канали і стратегічні об'єднання. Вертикальні, горизонтальні та комбіновані системи розповсюдження.

Мерчандайзинг: сутність і заходи. Мерчандайзинг - планування й здійснення діяльності щодо активізації продажу та створення зручностей для покупців. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів.



## **Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу**

Поняття, функції, види маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, «пабліситі» (пропаганда), «паблік рилейшнз», персональний (особистий) продаж, прямий маркетинг.

Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Сутність реклами. Цілі, завдання, функції, види реклами. Елементи реклами як процесу: рекламодавці, рекламні організації, підприємства, агентства, засоби реклами, аудиторія реклами. Законодавче поле комунікаційної діяльності. Оцінювання рекламної програми.

«Пабліситі» - сутність та форми. «Паблік рилейшнз»: сутність, значення та заходи. Стимулювання збуту: стосовно покупців, посередників, продавців, сутність та заходи здійснення. Методи визначення загального бюджету на маркетингові комунікації. Метод визначення «від наявних коштів». Метод визначення «у відсотках від суми продажу». Метод визначення «на підставі зростання (зниження) порівняно з витратами минулого періоду». Метод конкурентного паритету. Метод визначення «виходячи з цілей та завдань».

Синтетичні маркетингові комунікації. Виставки та ярмарки: призначення й особливості проведення. Спонсорство: характерні риси, умови застосування.

## **Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю**

Цілі, завдання та функції управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне і тактичне планування маркетинговою діяльністю. Організаційні структури управління. Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Види маркетингових організаційних структур та їх характеристики. Особливості товарної, географічної, ринкової і матричної організаційних структур управління. Умови застосування оптимальних маркетингових структур управління. Організація маркетингового контролю.

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

### Дисципліна «Менеджмент»

1. Сутність менеджменту
2. Методологічні основи менеджменту
3. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
4. Менеджмент як мистецтво управління.
5. Історія розвитку менеджменту
6. Класичні теорії менеджменту.
7. Неокласичні теорії менеджменту
8. Сучасна модель менеджменту в Україні.
9. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід.
10. Закони і закономірності менеджменту.
11. Сутність, природа та роль принципів менеджменту.
12. Класифікація принципів менеджменту.
13. Функції менеджменту як види управлінської діяльності.
14. Класифікація і характеристика функцій менеджменту.
15. Загальні (основні) функції менеджменту
16. Конкретні (спеціальні) функції менеджменту.
17. Сутність методів менеджменту.
18. Класифікація методів менеджменту.
19. Економічні методи менеджменту.
20. Адміністративні методи менеджменту.
21. Соціально-психологічні методи менеджменту.
22. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.
23. Мета управлінського процесу
24. Учасники управлінського процесу
25. Засоби здійснення управлінського процесу.
26. Управлінський цикл.
27. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності.
28. Класифікація управлінських рішень.
29. Умови прийняття управлінських рішень.
30. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
31. Моделі прийняття управлінських рішень.
32. Підходи до прийняття рішень.
33. Технології прийняття рішень. Я
34. Якість управлінських рішень.
35. Методи обґрунтування та прийняття управлінських рішень.
36. Сутність планування як функції менеджменту
37. Види планування
38. Елементи системи планування.
39. Етапи процесу планування.
40. Цілі організації.

41. Сутність функції організування.
42. Поняття організаційної діяльності.
43. Складові організаційної діяльності
44. Процес делегування повноважень і відповідальності.
45. Сутність та типи повноважень.
46. Вертикальна структуризація управління.
47. Горизонтальна структуризація управління
48. Департаменталізація.
49. Психологічні особливості працівника.
50. Фізіологічні особливості працівника
51. Поняття мотивування.
52. Теорії процесів мотивування
53. Моделі процесів мотивування
54. Змістовні теорії мотивації
55. Процесні теорії мотивації
56. Засоби мотиваційного впливу.
57. Цілі стимулювання праці
58. Принципи стимулювання праці
59. Види стимулювання праці
60. Поняття контролювання та його місце в системі управління.
61. Принципи контролювання.
62. Цілі контролювання
63. Етапи процесу контролювання
64. Модель процесу контролювання.
65. Процес контролювання.
66. Види управлінського контролювання.
67. Регулювання як загальна функція менеджменту
68. Види регулювання.
69. Етапи процесу регулювання.
70. Види інформації
71. Роль інформації в менеджменті.
72. Носії інформації.
73. Класифікація інформації.
74. Вимоги, що висувуються до інформації.
75. Поняття і характеристика комунікацій.
76. Різновиди «внутрішніх» комунікацій.
77. Різновиди «зовнішніх» комунікацій.
78. Перешкоди в комунікаціях.
79. Засоби комунікацій
80. Комунікаційний процес
81. Елементи комунікаційного процесу
82. Етапи комунікаційного процесу.
83. Моделі комунікаційного процесу.
84. Організація комунікаційного процесу.
85. Комунікаційні переваги.

86. Поняття та загальна характеристика керівництва.
87. Основні фактори та визначальні аспекти керівництва.
88. Адаптивне керівництво.
89. Теорії лідерства.
90. Типологія лідерів.
91. Сутність та класифікація стилів керування.
92. Фактори та передумови формування стилів керівництва.
93. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.
94. Концепції визначення ефективності менеджменту в організації.
95. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації.
96. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту.
97. Напрями підвищення ефективності управління організацією.
98. Соціальна відповідальність у менеджменті.
99. Культура менеджменту.
100. Роль бізнесу в суспільстві. Соціальна і юридична відповідальність.

#### **Дисципліна «Міжнародні економічні відносини»**

1. Зміст та закономірності розвитку міжнародної економіки.
2. Об'єкти і суб'єкти міжнародних економічних відносин.
3. Світове господарство як об'єкт МЕВ.
4. Міжнародний поділ праці та його форми.
5. Міжнародна спеціалізація та кооперування виробництва.
6. Середовище міжнародних економічних відносин.
7. Інфраструктура міжнародних економічних відносин.
8. Історія розвитку МЕВ.
9. Міжнародна торгівля як основна форма МЕВ.
10. Теорії міжнародної торгівлі.
11. Класичні теорії міжнародної торгівлі.
12. Теорія конкурентних переваг М. Портера.
13. Методи регулювання міжнародної торгівлі.
14. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.
15. Нетарифні бар'єри у міжнародній торгівлі.
16. Форми міжнародної торгівлі (за специфікою регулювання).
17. Форми міжнародної торгівлі (за специфікою взаємодії суб'єктів).
18. Форми міжнародної торгівлі (за специфікою предмета торгівлі).
19. Особливості міжнародної торгівлі послугами.
20. Методи здійснення міжнародної торгівлі.
21. Торговельно-посередницькі операції в міжнародній торгівлі.
22. Міжнародна біржова торгівля.
23. Міжнародна аукціонна торгівля.
24. Міжнародні тендери та виставки/ярмарки
25. Система регулювання міжнародної торгівлі.
26. Світова організація торгівлі та її роль у міжнародній торгівлі.
27. Сучасний стан та перспективи зовнішньої торгівлі України.

28. Україна і Світова організація торгівлі.
29. Міжнародний рух капіталу як форма МЕВ.
30. Цілі і форми вивезення капіталу.
31. Пряме та портфельне інвестування в МЕВ.
32. Міжнародний кредит та його форми.
33. Особливості сучасного міжнародного руху капіталів.
34. Зовнішня заборгованість та запозичення в економіці України.
35. Україна в міжнародному інвестиційному співробітництві.
36. Вільні економічні зони (ВЕЗ) як особлива форма МЕВ.
37. Сутність ВЕЗ та їх функціональні ознаки.
38. Класифікація вільних економічних зон.
39. Функції, цілі і принципи формування і функціонування ВЕЗ.
40. Характеристика зовнішньоторговельних зон, їх підвиди.
41. Характеристика торговельно-виробничих зон, їх підвиди.
42. Характеристика науково-технічних зон, їх підвиди.
43. Характеристика офшорних зон, їх підвиди.
44. Офшорні зони та офшорний бізнес.
45. Закономірності розбудови ВЕЗ у країнах з різним рівнем соціально-економічного розвитку.
46. Передумови створення та функціонування ВЕЗ в Україні.
47. Міжнародні валютно-фінансові відносини як форма МЕВ.
48. Етапи еволюції світової валютної системи.
49. Характеристика Бреттон-Вудської валютної системи.
50. Характеристика Ямайської валютної системи.
51. Особливості розвитку Європейської валютної системи.
52. Основні міжнародні фінансові інститути та організації.
53. МВФ та основні напрями його діяльності.
54. Світовий Банк та основні напрями його діяльності.
55. Регіональні банки розвитку та основні напрями їх діяльності.
56. Україна на міжнародному валютно-фінансовому ринку.
57. Сутність міжнародних науково-технічних відносин.
58. Правові форми захисту технологій.
59. Форми передачі технологій.
60. Міжнародна торгівля ліцензіями.
61. Види ліцензій та ліцензійних платежів.
62. Міжнародний ринок інжинірингових послуг. Поняття реінжинірингу.
63. Сутність франчайзингу та його види.
64. Україна в міжнародних науково-технічних відносинах.
65. Сутність і передумови міжнародної міграції робочої сили.
66. Основні форми і види міжнародної міграції робочої сили.
67. Регулювання міжнародних міграційних процесів.
68. Основні напрямки і центри міжнародної міграції робочої сили.
69. Соціально-економічні наслідки міжнародної міграції робочої сили.
70. Україна в системі міграційних потоків.
71. Транспортне забезпечення МЕВ.

72. Характеристика основних видів транспорту.
73. Міжнародні морські перевезення.
74. Форми міжнародної економічної інтеграції.
75. Особливості розвитку європейської інтеграції.
76. Регіональні інтеграційні об'єднання світу.
77. Характеристика НАФТА.
78. Характеристика СНД.
79. Характеристика інтеграційних об'єднань країн Латинської Америки.
80. Характеристика інтеграційних об'єднань країн Азії.
81. Участь України в інтеграційних об'єднаннях світу.
82. Міжнародний маркетинг та МЕВ.
83. Види і форми міжнародного бізнесу.
84. Спільна підприємницька діяльність та її види.
85. Особливості діяльності транснаціональних корпорацій (ТНК).
86. Міжнародні економічні організації та регулювання МЕВ.
87. ООН і міжнародне економічне співробітництво.
88. Глобальні проблеми в міжнародних економічних відносинах.
89. Характеристика глобальних проблем сучасності.
90. Фактори участі України в міжнародному поділі праці.

#### **Дисципліна «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств»**

1. Поняття і зміст зовнішньоекономічної діяльності.
2. Характеристика причин та передумов розвитку ЗЕД.
3. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
4. Об'єкти зовнішньоекономічної діяльності, їх характеристика.
5. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, їх характеристика.
6. Цілі здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
7. Показники функціонування зовнішньоекономічної системи країни.
8. Зовнішньоекономічна політика держави.
9. Основні етапи розвитку ЗЕД в Україні.
10. Характеристика основних показників розвитку зовнішньоекономічного сектора країни.
11. Платіжний баланс України, його структура та характеристика.
12. Аналіз та оцінка сучасного стану ЗЕД України.
13. Основні теоретичні засади формування зовнішньоекономічної політики держави.
14. Характеристика системи регулювання ЗЕД в Україні.
15. Методи регулювання ЗЕД.
16. Функції державних органів регулювання ЗЕД в Україні.
17. Правове регулювання ЗЕД.
18. Адміністративне регулювання ЗЕД.
19. Суть митної політики держави.
20. Митні органи України: їх організаційна структура і функціональні завдання.

21. Зона митного контролю.
22. Декларування майна, товарів та інших предметів.
23. Мито, як інструмент економічної політики держави.
24. Класифікація митних режимів.
25. Визначення експортної ціни товару.
26. Визначення імпортової ціни товару.
27. Визначення платежів до бюджету при здійсненні експортно-імпортних операцій.
28. Види податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності.
29. Функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності.
30. Сутність та порядок нарахування митних податків у сфері ЗЕД.
31. Відображення митних платежів у ВМД.
32. Особливості оподаткування імпорту послуг.
33. Роль нетарифних методів у регулюванні ЗЕД підприємства.
34. Основні причини використання нетарифного інструментарію регулювання.
35. Механізм функціонування системи ліцензування при експорті та імпорті товарів.
36. Механізм функціонування системи квотування при експорті та імпорті товарів.
37. Сутність валютного регулювання.
38. Основні принципи валютного регулювання.
39. Інструменти валютного регулювання.
40. Об'єкти та суб'єкти валютного регулювання.
41. Порядок придбання і використання валюти.
42. Здійснення розрахунків в іноземній валюті.
43. Механізм проведення торгів іноземною валютою.
44. Сутність міжнародних розрахунків та необхідність банківського обслуговування у сфері ЗЕД.
45. Форми розрахунків: аванс, акредитив, інкасо, платіж за відкритим рахунком, банківський переказ.
46. Основні види банківських послуг у сфері ЗЕД.
47. Форми кредитування експортерів та імпортерів.
48. Класифікація і характеристика різноманітних форм виходу на зовнішні ринки.
49. Критерії вибору партнерів на зовнішні ринки.
50. Дослідження потенційних можливостей фірми.
51. Тактика і стратегія проведення переговорів.
52. Поняття оферти, її види.
53. Пошук партнерів при здійсненні безпосередніх експортно-імпортних операцій.
54. Комерційні документи, запит і замовлення, процедура їх використання.
55. Економічна сутність зовнішньоторговельної ціни.
56. Методи встановлення зовнішньоекономічних цін.
57. Спосіб фіксації ціни в контракті.

58. Особливості цінової політики фірми на зовнішньому ринку.
59. Розробка цінової стратегії фірми.
60. Алгоритм ціноутворення при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
61. Сутність торговельно-посередницьких операцій.
62. Основні фактори, що впливають на їх розвиток.
63. Значення та класифікація торговельних посередників у міжнародній торгівлі.
64. Міжнародні товарні біржі.
65. Міжнародна аукціонна діяльність.
66. Торги (тендери): поняття торгів, організація торгів.
67. Міжнародні ярмарки та виставки.
68. Сутність операцій зустрічної торгівлі.
69. Характеристика факторів, що впливають на її розвиток.
70. Класифікація угод зустрічної торгівлі.
71. Характеристика основних видів зустрічної торгівлі.
72. Види міжнародних компенсаційних операцій.
73. Операції натурального обміну (бартер).
74. Співробітництво на комерційній основі, виробнича кооперація, операція з давальницькою сировиною.
75. Поняття міжнародного контракту.
76. Нормативна регламентація комерційної діяльності.
77. Види контрактів та їх класифікація.
78. Форми, умови, порядок укладання контрактів.
79. Організація і техніка підготовки та виконання контракту.
80. Типові контракти в міжнародній торгівлі.
81. Зміст основних статей зовнішньоторговельних контрактів.
82. Сутність економічної ефективності ЗЕД підприємства.
83. Критерії і показники економічної ефективності.
84. Розрахунок і аналіз ефективності зовнішньоторговельних операцій.
85. Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності.
86. Аналіз виконаних обов'язків щодо експортно-імпортних операцій.
87. Аналіз фінансових результатів і прибутку при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.
88. Сутність та класифікація ризиків ЗЕД.
89. Методи страхування ризиків у ЗЕД.
90. Основні особливості страхування зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
91. Види страхування зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
92. Суть і значення міжнародних перевезень при здійсненні ЗЕД.
93. Особливості перевезення вантажів основними видами транспорту.
94. Експедиторське обслуговування міжнародних перевезень.
95. Організація та технологія міжнародних перевезень.
96. Особливості транспортного обслуговування зовнішньоекономічних перевезень в Україні.
97. Мета і завдання створення спеціальних економічних зон.



98. Світовий досвід використання режимів спеціальних економічних зон.
99. Класифікація та характеристика видів вільних економічних зон.
100. Регулювання співпраці українських резидентів з офшорними компаніями.

### **Дисципліна «Маркетинг»**

1. Соціально-економічна сутність маркетингу
2. Еволюція змісту та форм маркетингу
3. Характерні особливості сучасного маркетингу.
4. Зміст, особливості та умови реалізації маркетингових концепцій в сучасних умовах.
5. Структура системи маркетингової діяльності підприємства.
6. Суб'єкти маркетингу.
7. Об'єкти маркетингу
8. Предмет маркетингових досліджень.
9. Принципи маркетингових досліджень.
10. Завдання маркетингових досліджень.
11. Етапи проведення маркетингових досліджень
12. Міжнародні стандарти проведення маркетингових досліджень.
13. Міжнародний кодекс проведення маркетингових та соціальних досліджень.
14. Навколишнє середовище маркетингу та його вплив на маркетингову діяльність підприємства.
15. Мікросередовище підприємства.
16. Макросередовище підприємства
17. Системний підхід до вивчення споживачів.
18. Типологія та класифікація потреб людини.
19. Поведінка покупців на споживчому ринку (мотивації, чинники, дії).
20. Споживчий ринок та його основні характеристики.
21. Модель поведінки споживачів.
22. Чинники, які визначають поведінку споживачів.
23. Основні показники, що характеризують стан та розвиток ринку.
24. Оцінка кон'юнктури ринку.
25. Визначення ємності ринку.
26. Базові концепції аналізу попиту.
27. Особливості формування попиту на споживчі товари,
28. Особливості формування попиту на товари виробничого призначення
29. Особливості формування попиту на послуги у сфері споживання.
30. Сегментація ринку як інструмент маркетингу.
31. Критерії та принципи сегментації ринку.
32. Визначення ринкових можливостей підприємства та росту продаж
33. Оцінка привабливості ринку.
34. Маркетингова концепція продукту: зміст, цілі, завдання.
35. Сучасна концепція ЖЦП
36. Основні напрямки розвитку концепція ЖЦП.
37. Завдання та особливості маркетингових стратегій відносно продукту.

38. Цінова політика підприємства: зміст, цілі, завдання.
39. Базові цінові стратегії.
40. .Планування цінової політики.
41. Сучасна концепція політики збуту в системі маркетингу: принципи, зміст, цілі, завдання.
42. .Складові системи збуту підприємства та їх зв'язок з іншими елементами маркетингу.
43. Типи каналів збуту.
44. Структура та рівні каналів збуту.
45. Сучасні маркетингові системи збуту
46. Сучасна концепція системи маркетингових комунікацій підприємства зміст, цілі, завдання.
47. Складові системи маркетингових комунікацій.
48. .Порівняльна характеристика складових системи маркетингових комунікацій
49. Визначення оптимальних умов застосування складових системи маркетингових комунікацій.
50. Методи розробки бюджету системи просування(маркетингових комунікацій) товарів та послуг на ринок.
51. Еволюція поглядів на конкуренцію.
52. Міжнародна та вітчизняна практика регулювання конкурентних відношень.
53. Особливості формування конкурентного середовища.
54. Модель М. Портера.
55. Поняття конкурентної переваги підприємства
56. Поняття конкурентного статусу підприємства
57. Поняття стратегічного потенціалу підприємства.
58. Методичні підходи до визначення конкурентних переваг підприємства.
59. SWOT- аналіз.
60. Стратегії маркетингу: види, зміст, цілі та задачі.
61. Маркетингове стратегічне планування.
62. .Базові маркетингові стратегії.
63. Ситуаційний аналіз позиції підприємства на ринку.
64. Принципи та основні завдання планування маркетингу
65. Інформаційні системи управління маркетингом.
66. .Бази знань та експертні системи в плануванні та управлінні маркетингом.
67. Управління маркетингом підприємства
68. План маркетингу підприємства.
69. Принципи організації маркетингу на підприємстві.
70. Завдання організації маркетингу на підприємстві.
71. Основні вимоги до побудови маркетингових служб та їх основні типи.
72. Специфіка маркетингової діяльності підприємства на міжнародному ринку.
73. Міжнародний маркетинговий комплекс (marketing-mix).
74. Основні міжнародні маркетингові стратегії

75. Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика.
76. Система внутрішньо-фірмової інформації.
77. Система маркетингових спостережень.
78. Сутність та ознаки сегментації ринку.
79. Стратегії охоплення ринку.
80. Процес сегментації ринку та його характеристика.
81. Ознаки сегментації ринку: географічні, психографічні, поведінкові, демографічні, геодемографічні, соціально-економічні, культурні.
82. Методи оцінки конкурентоспроможності товару.
83. Система показників оцінки конкурентоспроможності товару.
84. Позиціонування товару на ринку.
85. Товарна марка: поняття, типи, значення.
86. Функції та значення товарної марки.
87. Упаковка товарів: поняття, види, функції, фактори, які обумовлюють рішення відносно упаковки.
88. Сервіс у комплексі маркетингу: види, завдання та значення системи сервісу.
89. Методи розрахунку рівня цін.
90. Метод розрахунку цін на основі витрат.
91. Метод математичного моделювання залежності цін від ринкових чинників.
92. Параметричний метод.
93. Метод формування цін з орієнтацією на попит.
94. Метод розрахунку цін з орієнтацією на конкурентів.
95. Методи ціноутворення на основі споживчої цінності товару.
96. Оптова торгівля у системі маркетингу.
97. Роздрібна торгівля та її функції.
98. Вертикальні, горизонтальні та комбіновані системи розповсюдження.
99. Мерчандайзинг: сутність і заходи.
100. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Дисципліна «Менеджмент»

#### Базова

1. Вороніна А. В. Менеджмент: навч. посіб. / А. В. Вороніна; Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДТУ). – Кам'янське: ДДТУ, 2019. – 352 с.
2. Козирєва О. В. Менеджмент підприємства (за видами економічної діяльності): навч. посіб. / О. В. Козирєва, Д. Р. Зоїдзе; Нац. фармацевт. ун-т, [Каф. менеджменту і адміністрування]. – Х.: Вид-во Іванченка І. С., 2019. – 162 с.
3. Менеджмент: графічна і таблична візуалізація: навч. посіб. / [О. Є. Кузьмін та ін.]; Нац. ун-т "Львів. політехніка". – [4-те вид., випр. та допов.]. – Львів: Вид-тво Львів. політехніки, 2018. – 207 с.
4. Менеджмент: навч. посіб. для екон. спец. закл. вищ. освіти / [Н. С. Краснокутська та ін.]; Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». – Х.: Друкарня Мадрид, 2019. – 230 с.
5. Михайлов С. І. Менеджмент: навчальний посібник / С. І. Михайлов. – [2-е вид. перер. і доп.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
6. Морушко О. О. Менеджмент і лідерство: навч. посіб. / О. О. Морушко, А. Л. Висоцький, А. Я. Зелінський; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів: Тріада плюс, 2018. – 187 с.
7. Нетреба І. О. Інформаційні системи в менеджменті: навч. посіб. / І. О. Нетреба. – К.: Наукова столиця, 2019. – 170 с.
8. Основи менеджменту: навч. посіб. / [Ю. О. Бекетов та ін.]; Харків. нац. автомоб.-дорож. ун-т. – Х.: ХНАДУ, 2019. – 263 с.
9. Підприємництво і менеджмент: навчальний посібник / О. Є. Кузьмін [та ін.]; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Львів: Растр-7, 2017. – 194 с.
10. Хміль Ф. І. Успішна кар'єра в менеджменті: прагматичний підхід / Ф. І. Хміль. – Львів: Растр-7, 2010. – 152 с.

#### Допоміжна

1. Василенко В.А. Теорія та практика розробки управлінських рішень: навч. посібник / В.А. Василенко – К.: ЦУЛ, 2002. – 420 с.
2. Дяченко Т.О. Основи менеджменту / Т.О. Дяченко. – К.: Кондор, 2010. – 176 с.
3. Кредісов А. Менеджмент для керівників / А. Кредісов – К.: Знання, 2009. – 556 с.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: підручник. / О.С. Кузьмін, О.Г. Мельник. – 2-е вид., випр.та допов. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
5. Мазаракі А.А. Основи менеджменту: підручник / А. А. Мазаракі, І. В. Чумаченко. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
6. Мескон М. Основы менеджмента: [пер. с англ.] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Вильямс, 2009. – 672 с.

7. Михайлов С.І. Менеджмент: навчальний посібник / С.І. Михайлов. – [2-е вид. перер. і доп.]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 536 с.
8. Мошек Г.Є. Менеджмент: навч. посібник/ Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканевич. – К.: Ліра-К, 2015. – 550 с.
9. Осовська Г.В. Менеджмент: підручник / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: Кондор, 2015. – 563 с.
10. Рудінська О. Менеджмент: посібник / О. Рудінська, С. Яроміч, І. Молоткова. – К.: ЕльгаНіка-Центр, 2010. – 334 с.
11. Стадник В.В. Менеджмент: підручник / В. В. Стадник, М. А. Йохна. – [2-ге вид., випр., допов.]. – К.: Академвидав, 2010. – 472 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Цифровий репозитарій Національної академії статистики, обліку та аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/>
3. Мойсеєнко І. П. Процес прийняття управлінських рішень [Електронний ресурс] / І. П. Мойсеєнко. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws/14210923/investuvannya/>
4. Сутність і функції менеджменту підприємства [Електронний ресурс] // Бібліотека Гринчука. – Режим доступу: <http://www.grinchuk.lviv.ua/book/56/2241.html>.
5. Орлов А. І. Історія менеджменту [Електронний ресурс] / А. І. Орлов // Скарбниця – Режим доступу: [http://hata.profi.co.ua/2008/09/04/pro\\_menedzhment.html](http://hata.profi.co.ua/2008/09/04/pro_menedzhment.html)

### **Дисципліна «Міжнародні економічні відносини»**

#### **Базова**

1. Міжнародна макроекономіка: Навч. посіб. Вид. 3-тє, перероб. та доп. / Ю.Г. Козак, Ю.М. Пахомов, Н.С. Логвінова та ін. – К.: ЦУЛ, 2012. – 400 с.
2. Міжнародна мікроекономіка: Навч. посіб. Вид. 3-тє, перероб. та доп. / Ю.Г. Козак, Ю.М. Пахомов, Н.С. Логвінова та ін. – К.: ЦУЛ, 2012. – 368 с.
3. Міжнародна економіка: Підручник / За ред. А.О. Задой, В.М. Тарасевича. – К.: ЦУЛ, 2012. – 416 с.
4. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. – Вид. 7-ме. – К.: Знання, 2008. – 406 с.
5. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини. Практикум: Навч. посіб. / В.В. Козик, А.А. Панкова, О.Ю. Григор'єва – К.: Вікар, 2003. – 368 с.
6. Міжнародна економіка: навч. посіб. / За ред. Г. Е. Гронтковської / Г. Е. Гронтковська, О. І. Ряба, А. М. Венцурик, О. І. Красновська. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 384 с.

7. Сазонець О. М. Інформатизація світогосподарського розвитку: навч. посіб. / О. М. Сазонець. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. База даних «Законодавство України» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

2. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

3. Цифровий репозитарій Національної академії статистики, обліку та аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/>

### **Дисципліна «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств»**

#### **Базова**

1. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посібн. / За ред. І. І. Дахна. – К : Центр учбової літератури, 2018. – 356 с.

2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : практикум: навч. посібник / Л. О. Чернишова, В. О. Козуб, Л. Л. Носач, К. Ю. Величко, О. І. Печенка. – Х.: «Видавництво «Форт», 2017. – 238 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств [Електронний ресурс]: навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: А. Р. Дунська, Г. П. Жалдак. – Електронні текстові дані (1 файл: 106 Кбайт). – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 64 с.

4. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон: навч. посібник. – [6-те вид., перероб. та доп.] / За ред. Ю. Г. Козака. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 290 с.

5. Маслак О. О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навчальний посібник / О. О. Маслак. – Л.: Новий Світ, 2016. – 352 с.

6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: підручник / В. О. Новак, Т. Л. Мостенська, М. Г. Луцький, Г. С. Гуріна, О. В. Ільєнко. – К.: Кондор, 2013. – 495 с.

7. Хрупович С. Є. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: навчальний посібник / С. Є. Хрупович. – Тернопіль, 2017. – 137 с.

#### **Допоміжна**

1. Кадуріна Л.О. Облік і аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник / Л.О. Кадуріна – К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. – 288 с.

2. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: навч. посібник / О. Кириченко. – [3-тє вид. перероб. і доп.]. - К.: Знання-Прес, 2002. - 382 с.

3. Міжнародна торгівля: навч. посібник / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової. – К.: ЦУЛ, 2009. – 668 с.

4. Юхименко П.І. Міжнародний менеджмент: навч. посібник / П.І. Юхименко– К.: ЦУЛ, 2011. – 488 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. База даних «Законодавство України» [Електронний ресурс]// Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

2. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

3. Цифровий репозитарій Національної академії статистики, обліку та аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/>

4. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>

5. Офіційний сайт Державного служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

6. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>

7. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

8. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org.ru>

### **Дисципліна «Маркетинг»**

#### **Базова**

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник. – К.: Центр навчальної літератури, 2019. – 200 с.

2. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст / Н. В. Карпенко. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 252 с.

3. Калініченко Л. Л. Маркетинг: навчальний посібник / Л. Л. Калініченко, Є. В. Кильницька. – Х.: Ун-т буд-ва і архітектури, 2017. – 168 с.

4. Косар Н. В. Маркетингові дослідження / Н. В. Косар. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. – 416 с.

5. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу / Ф. Котлер. – Х.: Клуб сімейного дозвілля, 2018. – 159 с.

6. Литовченко І. Л. Інтернет&маркетинг: Навчальний посібник / І. Л. Литовченко, В. П. Пилипчук. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 184 с.

7. Шумейко А. К. Маркетинг у малому бізнесі / К. Шумейко. – К.: ЦУЛ, 2019. – 71 с.

#### **Допоміжна**

1. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч посібник/ В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 2000. – 124 с.

2. Корольчук О.П. Маркетинг. Ситуативні, творчі та контрольні завдання: практикум / О.П. Корольчук, Л.М. Шульгіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 259 с.
3. Куденко І.В. Маркетингові стратегії фірми / І. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
4. Лук'янець Т.У. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник / Т.У. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.
5. Лялюк А. М. Маркетинг: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / А. М. Лялюк. – Луцьк : Ред.-вид. від. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. – 188 с.
6. Маркетинг: підручник / А.О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський. – К. : Знання, 2009. – 1071 с.
7. Щербина І.М. Маркетингова політика розподілу: навч.посібник / І.М. Щербина, І.В. Тараненко, Г.О. Шкляєва, М.М. Фесун. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2012. – 1 87 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Плахотнікова Л. О. Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник [Електронний ресурс] / Л. О. Плахотнікова. – К.: ДУТ. – 2019. – Режим доступу: [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1707\\_97507936.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1707_97507936.pdf).
2. Інформаційний портал «Реклама в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://advertising.com.ua>
3. Рекламний український портал «Рекламний простір» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rup.com.ua>
4. Веб-сайт про маркетинг «MarketingMix» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mm.com.ua>
5. Маркетинг & Реклама - теорія і практичні поради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://barhan.poltava.ua/marek>
6. Цифровий репозитарій Національної академії статистики, обліку та аудиту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://194.44.12.92:8080/jspui/>



## КРИТЕРІЇ ПІДСУМКОВОЇ ОЦІНКИ ЗНАНЬ АБІТУРІЄНТІВ

Підсумкова оцінка визначається за національною шкалою та за шкалою ECTS на закритому засіданні фахової атестаційної комісії. При цьому спираються на критерії представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Розподіл балів, які отримують абітурієнти

	Оцінка в балах
Теоретичне питання 1	0-25
Теоретичне питання 2	0-25
Теоретичне питання 3	0-25
Теоретичне питання 4	0-25

Таблиця 2

Шкала підсумкового оцінювання рівня фахових знань абітурієнтів:  
національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	<b>A</b>	відмінно
82-89	<b>B</b>	добре
74-81	<b>C</b>	
64-73	<b>D</b>	задовільно
60-63	<b>E</b>	
35-59	<b>FX</b>	незадовільно
0-34	<b>F</b>	