

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА

ПОГОДЖЕНО

Директор Навчально-наукового інституту  
фінансів, економіки та менеджменту  
д.е.н., професор

В.В. Гришко

« 29 » січня 2019 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник голови приймальної комісії,  
проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи  
д.т.н., доцент

Б.О. Коробко

« 04 » лютого 2019 р.



## ПРОГРАМА

### ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

зі спеціальності 075 «Маркетинг»,  
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»,  
освітній ступінь «бакалавр»  
(нормативний термін навчання на 3-й курс)  
на основі освітнього ступеня молодшого спеціаліста

Програма затверджена на засіданні Вченої ради Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту від «29» січня 2019 р. № 7

ПОЛТАВА 2019

## **1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ**

Підготовка бакалаврів за фахом «Маркетинг» (спеціальності 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» освітнього рівня «Бакалавр») здійснюється на основі рівня підготовки «Молодший спеціаліст» з напрямку підготовки 5.0305 «Комерційна діяльність» та інших спеціальностей.

Для забезпечення ефективності реалізації завдань освітньої та професійної підготовки, що визначені в освітньо-кваліфікаційній характеристиці, при підборі студентів, що мають кваліфікацію рівня підготовки «Молодший спеціаліст» з напрямку підготовки 5.0305 «Комерційна діяльність» та інших спеціальностей, ставляться вимоги щодо їх здібностей і підготовленості у вигляді системи знань, умінь і навичок, визначених програмою базової вищої освіти з галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» та отримали необхідний рівень підготовки з даного фаху.

Освіту з спеціальності 075 «Маркетинг» галузь знань 07 «Управління та адміністрування» освітнього рівня «Бакалавр» мають право отримати студенти, які мають кваліфікацію рівня підготовки «Молодший спеціаліст» з напрямку підготовки 5.0305 «Комерційна діяльність» й інших спеціальностей та успішно здали вступне фахове випробування.

Програма включає перелік основних тем, проблем і питань дисциплін, що формують базові вміння і навички, необхідні для професії маркетолога, та які необхідно вивчити для складання вступного фахового випробування зі спеціальності 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» освітнього рівня «Бакалавр».

Під час фахового випробування вступники мають показати: розуміння сучасних економічних процесів та об'єктивних законів їх розвитку; сутності та концепції маркетингу, напрямів маркетингової діяльності, умов та основного інструментарію їх реалізації; умінь використовувати свої знання для здійснення маркетингової діяльності.

## **2. ЕТАПИ ТА ЗМІСТ ВСТУПНОГО ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ**

Фахове вступне випробування складається з тестової перевірки знань абітурієнтів. Тестова перевірка знань охоплює наступні дисципліни:

- основи економічної теорії;
- маркетинг.

Проведення фахового вступного випробування ґрунтується на наступних принципах:

- уніфікація методики та умов проведення фахового випробування;
- забезпечення інформаційної та психологічної підготовки вступників до фахового випробування;
- зв'язок внутрішнього вузівського контролю з галузевою системою атестації та ліцензування фахівців;
- дотримання вимог секретності при використанні чи зберіганні матері-

алів діагностики.

### 3. ВИМОГИ ДО ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

Тестові завдання повинні бути закритої форми, мати чотири варіанти відповідей, серед яких вірна одна.

Кількість тестових завдань з відповідної дисципліни визначається фаховою атестаційною комісією. Загальна кількість тестових завдань складає 40.

### 4. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕННЯ ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Протягом однієї астрономічної години здійснюється тестування з використанням стандартних білетів.

Кожний студент вносить в бланк для відповідей свої реквізити і протягом 60 хвилин відповідає на тестові завдання.

### 5. СТРУКТУРА ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ

Фахові випробування оцінюються за стобальною шкалою (від 100 до 200). Вступник допускається до участі у конкурсному відборі для зарахування на навчання за умов отримання на фаховому вступному випробуванні не менше ніж 150 балів. Перевірка тестових завдань здійснюється за ключем.

Таблиця критеріїв оцінювання знань:

Оцінка	Кількість правильних відповідей	Оцінка	Кількість правильних відповідей	Оцінка	Кількість правильних відповідей
100	0	135	14	170	28
102,5	1	137,5	15	172,5	29
105	2	140	16	175	30
107,5	3	142,5	17	177,5	31
110	4	145	18	180	32
112,5	5	147,5	19	182,5	33
115	6	150	20	185	34
117,5	7	152,5	21	187,5	35
120	8	155	22	190	36
122,5	9	157,5	23	192,5	37
125	10	160	24	195	38
127,5	11	162,5	25	197,5	39
130	12	165	26	200	40
132,5	13	167,5	27		

## **6. ПРОГРАМНІ ПИТАННЯ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ДОДАТКОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ**

Фахове вступне випробування проводиться через виконання тестового завдання, до складу якого входить комплекс питань з дисциплін:

### **Основи економічної теорії**

Вивчення основних підходів до визначення економічної теорії. Зародження та основні етапи розвитку економічної теорії. Меркантилізм. Фізіократи. Класична школа. Марксизм. Маржиналізм. Сучасні економічні теорії. Методи дослідження економічних процесів та явищ. Метод матеріалістичної діалектики. Метод наукової абстракції. Метод аналізу і синтезу. Системний та структурно-функціональний методи. Економічне моделювання та економічний експеримент як спеціальні методи економічних досліджень. Функції економічної теорії: теоретико-пізнавальна, практична та виховна. Сутність економічних законів.

Всезагальні, загальні та специфічні економічні закони. Економічні принципи та категорії.

Економічна система. Типи економічних систем: традиційна, ринкова, командно-адміністративна, змішана. Власність як економічна категорія. Володіння. Розпорядження. Користування. Привласнення та відчуження.

Натуральне господарство. Суть товарного виробництва, його виникнення та еволюція. Просте товарне виробництво. Підприємницьке товарне виробництво. Ступінь розвитку товарного виробництва в Україні. Товар і його властивості. Споживча та мінова вартість товару. Теорії вартості. Теорія витрат виробництва. Теорія трьох факторів виробництва. Теорія граничної корисності. Неокласична теорія. Теорія постіндустріального, інформаційного суспільства.

Розвиток форм вартості та виникнення грошей. Відносна та еквівалентна форми вартості. Випадкова, повна, загальна та грошова форми вартості. Форми грошей. Ціна, масштаб цін. Паперові, кредитні, електронні гроші. Сучасні зміни в грошовому обігу.

Сутність ринку і необхідні умови його виникнення. Структура та інфраструктура ринку. Механізм дії ринкової економіки. Функції ринку.

Сутність конкуренції. Методи і способи конкурентної боротьби види конкуренції. Конкуренція і монополія.

Закон попиту. Крива попиту. Зміни у попиті та його величині. Цінова еластичність попиту. Закон пропозиції. Крива пропозиції. Зміни у пропозиції та її величині. Цінова еластичність пропозиції. Врівноважуючи функція ціни. Вплив змін попиту та пропозиції на рівноважну ціну та рівноважну кількість товару на ринку.

Сутність і об'єктивні умови підприємницької діяльності. Підприємство, його суть, головні ознаки і особливості. Умови виникнення і діяльності підприємств. Фонди підприємств і показники їх ефективного використання.

Сутність капіталу. Види капіталу. Промисловий капітал. Торговий капітал. Грошовий капітал. Фіктивний капітал. Економічні витрати. Зовнішні та внутрішні витрати. Нормальний прибуток як елемент витрат. Економічний

або чистий прибуток. Короткостроковий та довгостроковий періоди. Витрати виробництва у короткостроковому періоді. Закон спадної віддачі. Постійні, змінні і загальні витрати. Середні витрати, або витрати на одиницю продукції. Граничні витрати. Витрати виробництва у довгостроковому періоді. Позитивний та негативний ефекти зростання масштабів виробництва. Мінімальний ефективний розмір підприємства і структура галузі.

Форми суспільного продукту. Роль макроекономічних показників. Валовий національний продукт. Грошовий вимір. Розрахунок ВВП за витратами. Розрахунок ВВП за доходами. Номінальний та реальний ВВП. ВВП та суспільний добробут. Інші показники національних рахунків. Чистий національний продукт. Національний дохід. Особистий дохід. Дохід після сплати податків.

Сутність та багатогранність процесу відтворення. Просте та розширене відтворення. Особливості відтворення у аграрному секторі економіки. Сутність нагромадження. Фонд нагромадження. Структурні зрушення в пропорціях суспільного відтворення. Екстенсивний та інтенсивний типи економічного зростання. Циклічність економічного розвитку. Класифікація економічних циклів за тривалістю. Важелі державного антициклічного регулювання. Особливості сучасних економічних циклів. Значення циклічного розвитку для економіки. Теорія «довгих хвиль» в економіці.

Безробіття. Типи безробіття. Визначення рівня безробіття. Економічні втрати спричинені безробіттям. Соціальні наслідки безробіття. Сутність інфляції. Форми інфляції. Інфляція попиту. Інфляція витрат. Визначення темпів інфляції та її типу в Україні. Вплив інфляції на розвиток макроекономічних процесів. Інфляція і перерозподіл доходів (на прикладі України). Вплив інфляції на обсяг виробництва національного продукту. Антиінфляційні заходи. Економічні функції держави. Економічна політика держави. Методи державного впливу на економіку. Значення правильного вибору моделі макроекономічного регулювання для подальшого розвитку економіки України.

Загальне поняття про фінанси, фінансову систему і фінансову політику держави. Фінансова система України - шляхи її удосконалення. Сутність і функції податків. Види податків та їх ставок. Основні концепції оподаткування. Сутність і функції кредиту. Зміст кредитних відносин. Вплив кредиту на розвиток макроекономічних процесів. Форми кредиту. Банківська система України.

Доходи населення, їх види та джерела формування. Функціональний розподіл доходів. Основні види доходів. Форми доходів від власності. Економічна рента. Позичковий процент. Підприємницький дохід та економічний прибуток.

Сутність заробітної плати. Чинники, що впливають на рівень заробітної плати. Структура використання доходу. Мінімальна заробітна плата. Споживчий кошик та прожитковий мінімум. Номінальна заробітна плата. Реальна заробітна плата. Загальний рівень заробітної плати. Диференціація ставок заробітної плати. Державна політика у сфері заробітної плати.

Рівень життя та його показники. Соціально-економічна структура суспільства. Нерівність доходів і проблема бідності. Причини диференціації доходів. Крива Лоренца. Індекс злиденності. Соціальна політика держави. Соціальні гарантії. Система соціального захисту населення та її складові. Система трансфертних платежів у ринковій економіці. Індекс використання людського потенціалу. Вплив розподілу доходів на розвиток економіки країни.

Суть світової системи господарства, її виникнення та розвиток. Міжнародний поділ праці. Міжнародна торгівля. Економічна основа торгівлі. Протекціонізм. Вільна торгівля. Форми світових економічних відносин. Зовнішньоекономічна політика. Світове господарство як зростаюча суперечлива цілісність. Проблеми інтеграції економіки України у світове господарство.

Еволюція системи валютних відносин. Валютні курси. Визначення валютних курсів. Функції валютного курсу. Валютна система. Структура, основні функції та механізм функціонування валютного ринку. Валютні операції. Валютне регулювання. Конвертованість валют. Гривня - національна валюта України.

Необхідність та основні напрями ринкової трансформації економіки України. Характеристика трансформаційних процесів: системоформуючі процеси, системоутверджуючі, системовідтворюючі. Реформа відносин власності. Роздержавлення, приватизація, демонополізація. Способи роздержавлення.

Специфіка та мета приватизаційного процесу в Україні. Етапи приватизації в Україні. Сутність та основні шляхи структурної перебудови економіки. Стратегія та проблеми реформування фінансово-кредитної сфери. Формування відкритої економіки України і шляхи входження у світове господарство. Характеристика основних параметрів відкритості економіки України.

### **Маркетинг**

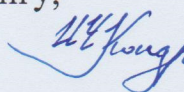
Концепції маркетингу. Види маркетингу залежно від стану ринку, співвідношення попиту та пропозиції, галузі, суб'єктів господарювання. Глобальний маркетинг. Цілі маркетингової діяльності. Структура системи маркетингу. Контрольовані та неконтрольовані елементи макро- та мікросередовищ підприємства. Консюмеризм. Оцінка кон'юнктури ринку.

Отримання та аналіз маркетингової інформації. Маркетингові інформаційні системи. Маркетингові дослідження: аналіз ринку товарів; конкурентів; вивчення потреб існуючих та потенційних споживачів, поведінки покупців, мотивації придбання товарів. Моделювання поведінки споживача. Оцінка місткості ринку. Сегментація ринків. Пошук нових та вибір цільових сегментів ринку.

Класифікації товарів. Використання марок, упаковки, сервісних послуг у формуванні товарної політики. Створення та впровадження на ринок нових товарів. Аналіз показників конкурентоспроможності товарів. Концепція життєвого циклу товару. Залежність змісту маркетингової діяльності від стадії життєвого циклу. Ціноутворення на різних типах ринків. Розроблення цінової політики підприємства.

Система товароруку. Види посередників. Чинники, що впливають па структуру каналів збуту. Функції виробників, оптових, роздрібних підприємств у розповсюдженні товарів. Методи збуту товарів. Види посередників. Реклама, пропаганда, стимулювання збуту, персональний продаж як складові комплексу маркетингових комунікацій. Етапи здійснення рекламної діяльності. Розроблення комунікаційної програми. Ефективність комунікаційних заходів. Ситуаційний аналіз. Аналіз конкурентоспроможності підприємства. Стратегічне та оперативне планування маркетингу. Бюджетний маркетинг. Організація та контроль маркетингу підприємства.

Завідувач кафедри  
Міжнародної економіки та маркетингу,  
д.е.н., професор

 І.Б. Чичкало-Кондрацька