

Міністерство освіти і науки України
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ЗАТВЕРДЖУЮ:

В.о. ректора ДонНУЕТ



О.Б. Чернега

2018 р.

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування зі спеціальності
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
для вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра
на основі ОКР молодшого спеціаліста

Програма затверджена на засіданні кафедри
підприємництва і торгівлі,
Протокол від «28» березня 2018 р. № 14

Схвалено
на засіданні Приймальної комісії ДонНУЕТ,
Протокол від «28» березня 2018 р. № 5

Затверджено
Вченою радою ДонНУЕТ,
Протокол від «29» березня 2018 р. № 10

Розробник:

Бавико О.Є., д.е.н., доцент

Єрмак С.О., к.е.н., доцент

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

1. Загальні положення	2
2. Перелік питань	3
3. Критерії оцінювання	5
4. Список рекомендованої літератури	5

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Метою фахових вступних випробувань для вступу на навчання за ступенем бакалавра на основі ОКР молодшого спеціаліста є визначення рівня підготовки вступників, які бажають навчатись у ДонНУЕТ за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Для успішного засвоєння освітньої програми бакалавра вступники повинні мати диплом ОКР молодшого спеціаліста, здобутого за даною, спорідненою, або іншою спеціальністю; здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками в галузі гуманітарних дисциплін, дисциплін циклу гуманітарної, природничо-наукової, загальноекономічної та практичної підготовки.

Програма з фахового вступного випробування базується на випускних програмах вищих навчальних закладів I-II рівнів акредитації за спеціальностями «Економіка підприємства», «Комерційна діяльність», «Товарознавство та комерційна діяльність» і забезпечує основу теоретичної та практичної підготовки до виконання кваліфікаційних обов'язків фахівця в області підприємництва.

Програма з фахового вступного випробування має міжпредметний характер, що досягається об'єднанням завдань за кількома дисциплінами: «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

Формою фахового вступного випробування зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» є тестові завдання, що складаються у письмовій формі.

До програми з фахового вступного випробування включено всі теми та основні питання, які вступник повинен опрацювати для успішного його складання.

2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ

Розділ 1. Економіка підприємства

- 1.1. Ринкове господарство й умови його функціонування.
- 1.2. Ринок у системі господарчого механізму: функції ринку, його характеристика: елементи і показники.
- 1.3. Види ринків у залежності від різноманітних класифікаційних ознак. Ціна як елемент ринку, її види, структура.
- 1.4. Підприємництво: поняття, суб'єкт, умови і властивості. Основні принципи і види підприємницької діяльності.
- 1.5. Поняття підприємства, його ознаки. Сфери і напрямки діяльності підприємства.
- 1.6. Комерційний розрахунок - як основний метод ведення господарства.
- 1.7. Планування як функція управління: принципи, види і методи планування, основні етапи розробки планів.
- 1.8. Оперативне планування. Напрями оперативного регулювання діяльності підприємства.
- 1.9. Державні замовлення і державні контракти. Закон України про держбюджет на поточний рік.
- 1.10. Поняття і види інвестицій: реальні інвестиції, капітальні вкладення.
- 1.11. Поняття економічних ресурсів.
- 1.12. Визначення і характерні ознаки основних і оборотних фондів.
- 1.13. Нематеріальні ресурси й активи підприємства.
- 1.14. Показники ефективності використання оборотних коштів.
- 1.15. Сучасна політика ресурсосбереження.
- 1.16. Загальна характеристика і види фінансових ресурсів підприємства. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств.
- 1.17. Трудові ресурси підприємства, кадри, персонал.
- 1.18. Баланс грошових доходів і витрат населення, його зміст і призначення. Обсяг продажу товарів, основні чинники впливу на обсяг продажу.
- 1.19. Запаси сировини і товарів: поняття, значення, класифікація. Види запасів сировини і товарів, їхнє призначення. Оборотність сировини і товарів: поняття і показники.
- 1.20. Поняття продуктивності праці та значення її підвищення для підприємства в ринкових умовах господарювання. Функції і показники продуктивності праці. Чинники і резерви росту продуктивності праці.
- 1.21. Витрати підприємства, їх економічна сутність. Склад, структура і класифікація витрат підприємства.
- 1.22. Характеристика форм і систем заробітної плати.

- 1.23. Доход і прибуток підприємства. Поняття рентабельності діяльності підприємства.
- 1.24. Порядок розподілу і використання прибутку.
- 1.25. Баланс підприємства, його зміст і призначення. Платоспроможність підприємства, її характеристика, порядок розрахунку.

Розділ 2 Менеджмент

- 2.1. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності.
- 2.2. Менеджер і підприємець: поняття і основні відмінності.
- 2.3. Управлінська праця: сутність і специфіка.
- 2.4. Методологія менеджменту.
- 2.5. Закони менеджменту.
- 2.6. Закономірності менеджменту.
- 2.7. Сутність, природа і роль принципів менеджменту в досягненні мети організації.
- 2.8. Процесний, системний і ситуаційний підходи.
- 2.9. Розвиток управлінської науки в Україні
- 2.10. Поняття, ознаки і види організацій. Загальні характеристики організацій.
- 2.11. Організація як закрита і відкрита система.
- 2.12. Внутрішнє середовище організації.
- 2.13. Зовнішнє середовище організації.
- 2.14. Життєвий цикл організації.
- 2.15. Функції менеджменту, їх класифікація і взаємозв'язок.
- 2.16. Сутність і специфіка організаційної діяльності. Основні складові організаційної діяльності.
- 2.17. Повноваження, обов'язки, і відповідальність в менеджменті. Делегування повноважень.
- 2.18. Сутність, основні елементи і види організаційних структур.

Розділ 3. Маркетинг

- 3.1. Теоретичні основи маркетингу: сутність і концепції розвитку.
- 3.2. Принципи та функції маркетингу.
- 3.3. Маркетингове середовище: поняття, склад, характеристика, дослідження.
- 3.4. Цілі, завдання та види маркетингу.
- 3.5. Маркетингова інформація: поняття, вимоги, що ставляться до неї, класифікація, значення для прийняття маркетингових рішень.
- 3.6. Сутність, види, методи маркетингових досліджень.
- 3.7. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика його етапів.
- 3.8. Потреби та попит у системі маркетингу: сутність, класифікація, методи

оцінки.

3.9. Сутність, мета, завдання, значення сегментації ринку. Процес сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку.

3.10. Товар і його характеристики при маркетинговому підході. Положення про штрихове кодування товарів.

3.11. Конкурентоспроможність товарів: поняття, показники та методи її оцінки.

3.12. Концепція життєвого циклу товару (ЖЦТ): поняття, типи, характеристика його стадій.

3.13. Нові товари в маркетингу: поняття товарів ринкової новизни, типи нововведень, етапи розробки нових товарів.

3.14. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу.

3.15. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Фактори, що впливають на ціну та їх характеристика

3.16. Реклама в системі маркетингу: поняття, мета, завдання, функції. Класифікація реклами.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Фахове випробування містить 30 тестових завдань закритого типу, що стосуються програмних питань, які наведені в розділі 2.

Тестові завдання з вибором варіанта вірної відповіді (закриті тести), оцінюються в 3 бали. Підсумкова оцінка за випробування підраховується за 200-бальною шкалою шляхом додавання 110 балів до суми балів за вірні відповіді на тестові завдання.

Кількісні співвідношення між балами 4-бальної шкали показує таблиця:

Діапазон балів	Бали 4-бальної шкали
0-139	2
140-159	3
160-179	4
180-200	5

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Дисципліна «Економіка підприємства»

Основна література

1. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посіб. / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян. – К. : ЦУЛ, 2012. – 304 с.

2. Экономика предприятия в структурно-логических схемах. Учебное пособие / Фролова Л.В., Бакунов А.А., Шаруга Л.В. – Донецк: ДонГУЭТ, 2005. – 173 с.

3 Гетьман О.О. Економіка підприємства : навч. посіб. – 2-е вид. / Гетьман О.О., Шаповал В.М.— К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.

4. Економіка підприємства : підруч. / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. – К. : Знання, 2010. – 463 с.

Додаткова література

1. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Економіка підприємства : навч. посіб. / Ліпич Л.Г., Буняк Н.М., Геліч Н.В. та ін.; за заг. ред. Л.Г. Ліпич. 2-ге вид., переробл. і доп. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 590 с.

3. Економіка підприємства : підруч. / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. – 864 с.

4. Економіка підприємства / Покропивний С.Ф., Грещак М.Г., Колот В.М. та ін.; під заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2001. – 457 с.

5. Іванілов О.С. Економіка підприємства : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / О.С. Іванілов. – К. : Центр учб. л-ри, 2011. – 727 с.

6. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

7. Семернікова І.О. Економіка підприємства : навч. посіб. / І.О. Семернікова, Н.В. Мешкова-Кравченко. – Херсон : ОЛДІ-плюс, 2010. – 312 с.

8. Сідун В. А. Економіка підприємства : навч. посіб. / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова. – [2-е вид., переробл. та доповн.]. – К. : Центр навч. л-ри, 2006. – 356 с.

Дисципліна «Менеджмент»

Основна література

1. Основи менеджменту: Навч. посібник / О.В. Гаєва, Н.І. Ковальська, Л.О. Лозинська. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 524 с.

2. Менеджмент: теоретичні основи та практикум. Навч. посібник / О.І. Гірняк, П.П. Лазановський. – Львів: Новий світ-2000, 2003. – 336 с.

3. Основи менеджменту та маркетингу. Конспект лекцій / І.В. Мамчук, І.В. Пригара. – Суми: Вид-во СумДУ, 2008. – 162 с.

4. Балацький О.Ф. Менеджмент для бакалаврів: Підручник: у 2-х т. Т.2. – Суми : Університетська книга, 2009. – 239 с.

Додаткова література

1. Подсолонко О.А. Менеджмент: Теорія та практика / О.А. Подсолонко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 370 с.
2. Крамаренко В.І. Менеджмент. Навч. посібник / В.І. Крамаренко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 340 с.
3. Гріфін Р., Яцура В. Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д.Олесневич. – Львів: БАК, 2001. – 624 с.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
5. Пушкар Р., Тарнавська Н. Менеджмент: теорія і практика. Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 490 с.
6. Бесєдін М.О. Основи менеджменту: Навчальний посібник / М.О. Бесєдін. – К.: ЦУЛ, 2005. – 240 с.
7. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент: Навчальний посібник / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 340 с.

Дисципліна «Маркетинг»

Основна література

1. Балабанова Л. В. Маркетинг : [підруч.] / Л. В. Балабанова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання – Прес, 2004. – 645 с.
2. Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт ; пер. с англ. – К. : Знання-Прес, 2003. – 493 с.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. – 7-е вид. – К.: Лібра, 2010. – 720 с.
4. Липчук В. В. Маркетинг: основи теорії та практики : [навч. посіб.] / В. В. Липчук, А. П. Дудяк, С. Я. Бугіль; за заг. ред. В. В.Липчука. – Л.: Новий світ – 2000; Магнолія плюс, 2003. – 288 с.
5. Мороз Л. А. Маркетинг : [підруч.] / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай ; за ред. А. А. Мороз. – [2-ге вид.]. – Л. : Нац. ун-т. “Львівська політехніка”, 2002. – 244 с.

Додаткова література

1. Балабанова Л.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством : монографія / Л.В. Балабанова, С.В. Чернишева. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2009. – 280 с.
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 230 с.
- 3.Ткаченко Л.В. Маркетинг послуг : [підруч.] / Л. В. Ткаченко – К.: Центр навч. літ., 2003. – 192 с.
4. Горелов Д.А. Маркетинг: учеб. пособ. [для студ. высш. учеб.


заведений] / Д.А. Горелов, Ю.В. Лаврова. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 292 с.

5. Астахова І.Е. Маркетинг. Навчальний посібник / І.Е. Астахова. – Харків: ХНЕУ, 2006. – 208 с.

6. Прауде В.Р. Маркетинг: Навч. посібник / В.Р. Прауде, О.Б. Білий. – К.: Вища школа, 2004. – 254 с.

7. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Майкл Е. Портер ; пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – 391 с.

Голова фахової атестаційної комісії



О.Є. Бавико