

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
Інститут управління, технологій та права

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ

«СХВАЛЕНО»

на засіданні приймальної комісії
ДУІТ

Протокол № 2 від 03 лютого 2020 р.

Ректор ДУІТ  В.В. Панін



«ЗАТВЕРДЖЕНО»

Вченою радою Інституту управління,
технологій та права

Протокол № 6 від 21 січня 2020 р.

Голова Вченої ради Інституту

М.В. Ковбатьок

ПРОГРАМА

**співбесіди для здобуття рівня вищої освіти - першого
(бакалаврського) зі спеціальності 075 «Маркетинг»**

Київ – 2020

ЗМІСТ

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ.....	3
2. ПРОГРАМИ ДИСЦИПЛІН.....	4
2.1. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ».....	4
2.2. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МАКРОЕКОНОМІКА».....	4
2.3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МІКРОЕКОНОМІКА».....	5
3. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ.....	8
3.1. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ».....	11
3.2. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАКРОЕКОНОМІКА».....	11 12
3.3. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МІКРОЕКОНОМІКА».....	13
4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	14

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до Правил прийому до Державного університету інфраструктури та технологій Університет приймає до вступу на навчання для здобуття ступеня бакалавра за іншим напрямом підготовки (спеціальністю) на основі базової або повної вищої освіти за результатами фахових співбесід.

Програма співбесіди зі спеціальності 075 «Маркетинг» (далі - Програма) є нормативним документом Державного університету інфраструктури та технологій, який розроблено кафедрою економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування. Програма визначає перелік конкурсних предметів для проведення співбесід осіб, які здобули ступінь вищої освіти, для здобуття ступеня бакалавра за іншим напрямом підготовки (іншою спеціальністю).

Програму розроблено з урахуванням рекомендацій Міністерства освіти і науки України та згідно Правил прийому на навчання до Державного університету інфраструктури та технологій.

Зарахування до Університету здійснюється за результатами співбесіди в межах ліцензійного обсягу.

Результат співбесіди визначається як допуск до складання основних вступних випробувань і визначається у формі - склав / не склав.

Програма співбесіди включає три теоретичних питання з таких дисциплін:

1. Маркетинг;
2. Макроекономіка;
3. Мікроекономіка.

2. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

2.1. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Сутність маркетингу та розвиток його концепції.

Визначення та сутність понять, які становлять теоретичну основу маркетингу. Еволюція підходів до маркетингової діяльності. Поняття маркетинг-мікс (комплекс маркетингу). Принципи, функції маркетингу. Маркетинг як економічна категорія та система управління, що орієнтована на ринок.

Тема 2. Маркетинг як відкрита мобільна система.

Маркетингове середовище: зовнішнє макро- та мікросередовище підприємства; фактори внутрішнього середовища підприємства. Цілі, завдання. Класифікація маркетингу. В залежності від ринку та сфер застосування: споживчий (B2C), промисловий (B2B), послуг, інновацій, ідей тощо. В залежності від попиту на ринку. В залежності від цілей діяльності та за територіальною ознакою.

Тема 3. Формування маркетингової інформаційної системи на основі маркетингових досліджень.

Класифікація маркетингової інформації. Поняття маркетингової інформаційної системи. Сутність та різновиди маркетингових досліджень. Методи (кількісні та якісні) маркетингових досліджень. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень. Кон'юнктурний огляд.

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

Класифікація потреб та фактори, що впливають на поведінку покупців. Процес прийняття рішення про придбання продукту. Особливості купівлі товарів виробничого призначення. Сутність і принципи сегментації покупців споживчих товарів. Стратегії маркетингу щодо сегментації: диференційований, недиференційований, концентрований маркетинг.

Тема 5. Товар у комплексі маркетингу.

Поняття товару. Види класифікації продуктів (товарів, послуг). Три рівні товару. Концепція життєвого циклу товару. Характеристика етапів життєвого циклу. Торговельна марка, її складові, вимоги до марочних товарів. Поняття та значення брендингу, проблеми створення корпоративних символів, марок. Види сервісного обслуговування, його принципи. Поняття якості товару. Петля якості. Значення системи сертифікації товарів у підвищенні рівня їх якості. Поняття конкурентоспроможності продукту. Методи визначення конкурентоспроможності продуктів.

Тема 6. Ціна у комплексі маркетингу.

Визначальні фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства. Види цінових стратегій. Цінова дискримінація. Методи ціноутворення. Структура ціни. Види знижок, націнок, надбавок.

Тема 7. Розповсюдження у комплексі маркетингу.

Канали розповсюдження, рівні, характеристики каналів розповсюдження різних рівнів. Види та методи маркетингових систем розповсюдження. Розвиток вертикальних маркетингових систем розповсюдження, їх різновиди. Характеристика селективного та ексклюзивного розповсюдження. Маркетинговий логістичний підхід.

Тема 8. Комунікації у комплексі маркетингу.

Цілі, завдання системи маркетингових комунікацій у комплексі маркетингу. Види та особливості складових інтегрованих маркетингових комунікацій: реклама, РІ, Інтернет-маркетинг, персональний (прямий) продаж. Фактори, що визначають структуру комунікаційних заходів. Зв'язки з громадськістю та їх роль у збільшенні довіри до товарів, послуг та підприємства. Сутність «Паблісіті». Критерії оцінки ефективності маркетингових комунікацій.

Тема 9. Управління маркетинговою діяльністю.

Маркетингова діяльність як управлінський процес. Сутність контролю маркетингу. Основні показники ефективності операційного маркетингу. Процес маркетингового аудиту. Сутність і завдання організації служби маркетингу на підприємстві. Основні вимоги до побудови ОСУ служб маркетингу, їх види, переваги і недоліки. Характеристики, особливості та умови застосування функціональної, товарної, географічної, ринкової та матричної організаційних структур, їх спільні риси та відмінності. Складання плану маркетингу підприємства та прийняття стратегічних управлінських рішень.

2.2. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МАКРОЕКОНОМІКА»

Тема 1. Макроекономіка як наука

Роль макроекономіки в житті суспільства. Головна суперечність суспільства. Матеріальні потреби людей та їх форми. Економічні ресурси та їх характеристика. Практична функція макроекономіки. Об'єкт, суб'єкти та предмет макроекономіки. Основні риси окремих економічних систем: традиційної, ринкової, командно-адміністративної, змішаної. Історія розвитку макроекономічної науки. Макроекономічні ідеї класичної теорії. Кейнсіанська революція в макроекономіці. Некейнсіанська та неокласична теорії.

Цілі та завдання макроаналізу. Макроаналіз як інструмент пізнання. Позитивний та нормативний аналіз. Методологія макроекономічного аналізу. Агреговані показники та функціональні взаємозв'язки між ними.

Тема 2. Макроекономічні показники в системі національних рахунків

Система національних рахунків (СНР), як міжнародний стандарт макроекономічних рахунків. Основні категорії системи національних рахунків: інституціональна одиниця, сектори, економічні операції, рахунки. Проблеми впровадження СНР в Україні.

Основні макроекономічні показники: національний обсяг виробництва, загальний рівень цін, зайнятість, валовий національний продукт (ВНП) і валовий внутрішній продукт (ВВП). Методи обчислення ВВП. Виробничий метод та валова додатна вартість, розподільний метод (ВВП за категоріями доходів), метод кінцевого використання (визначення ВВП за витратами). Характерні ознаки ВВП. Визначення кінцевої та проміжної продукції. Подвійне урахування та його виключення. Динаміка ВВП в Україні.

Чистий національний продукт, національний дохід, особистий дохід, особистий наявний дохід на методи їх обчислення. Номінальний та реальний ВВП. Базовий та поточний періоди. Індеси цін, індекс споживчих цін, дефлятор ВВП. Обчислення зміни номінального ВВП за рахунок зміни реального ВВП і рівня цін.

Тема 3. Ринок праці

Макроекономічна нестабільність. Циклічність, інфляція і безробіття як основні прояви макроекономічної нестабільності.

Короткострокова та довгострокова нестабільність. Циклічні коливання та їх види. Циклічні проявлення у сучасній економіці. Зайнятість як макроекономічна проблема. Механізм функціонування ринку праці і сучасні фактори, які його визначають. Об'єкти та суб'єкти ринку робочої сили. Попит та пропозиції на робочу силу, рівновага на ринку робочої сили. Зайнятість та безробіття в макрозв'язках. Повна та часткова зайнятість. Безробіття: сутність та види. Природна норма безробіття і фактори, які її визначають. Втрати від безробіття. Відставання фактичного ВВП від потенційного ВВП (розрив ВВП). Закон Оукена. Державна політика зайнятості. Основні методи та способи державного регулювання зайнятості. Причина та наслідки нерівномірного розподілу доходів, крива Лоренца. Соціальна політика держави: напрямки та проблеми. Крива Філіпса в контексті соціальної політики.

Тема 4. Товарний ринок

Сукупний попит. Структура сукупного попиту. Споживчий та інвестиційний попити. Крива сукупного попиту. Цінові чинники сукупного попиту: ефект відсоткової ставки, ефект багатства, ефект чистого експорту. Нецінові чинники сукупного попиту та їх вплив на його

криву. Короткострокова (кейнсіанська) крива сукупної пропозиції. Нецінові фактори, які впливають на короткострокову сукупну пропозицію: зміна цін на ресурси, продуктивність ресурсів, субсидії підприємствам, податки. Кейнсіанська крива сукупної пропозиції, класична крива сукупної пропозиції. Проміжна крива сукупної пропозиції. Рівновага сукупного попиту та сукупної пропозиції. Модель АО-А8 як базова модель економічної рівноваги. Механізм відновлення економічної рівноваги, що порушуються сукупним попитом. Механізм відновлення економічної рівноваги, що порушується сукупною пропозицією. Ринок товарів і послуг та крива 18. Графічна побудова кривої 18. Крива Хікса-Хансена для ринку товарів та платних послуг.

Тема 5. Грошовий ринок

Гроші та їх функції. Сутність грошових агрегатів. Наявна грошова маса та її динаміка в Україні.

Попит на гроші. Класична та кейнсіанська теорії попиту на гроші. Класична функція попиту на гроші. Кейнсіанський підхід визначення попиту на гроші з урахуванням зберігання грошей як активів. Графік функції попиту на гроші як активи. Номінальна та реальна відсоткова ставка, вартість зберігання грошей. Кейнсіанська функція грошового попиту.

Пропозиція грошей. Грошова база та її компоненти: готівка і банківські резерви, обов'язкові та надлишкові резерви. Грошовий мультиплікатор, мультиплікація грошової бази банківською системою. Депозитний мультиплікатор.

Грошовий ринок. Модель рівноваги на грошовому ринку. Механізм відновлення рівноваги на грошовому ринку, порушеної збільшенням доходу. Роль відсоткової ставки у врівноваженні грошового ринку. Порушення рівноваги на грошовому ринку у зв'язку зі зміною грошової бази. Крива Хікса-Хансена для ринку грошей та цінних паперів. Роль національного доходу та ставки відсотка в утворенні «грошової лінії» ЇМ. Механізм побудови графіка ЇМ (крива Хікса-Хансена).

Банківська система. Функції Центрального банку та комерційних банків. Мета та інструменти грошово-кредитної системи. Грошово-кредитка політика держави.

Тема 6. Інфляційний механізм

Інфляція: сутність, причини та види. Темпи , інфляції та методи її обчислення. Види інфляції: помірна, галопуюча та гіперінфляція. Інфляція попиту. Кейнсіанська та монетаристська теорії щодо інфляції попиту. Немонетарні та монетарні причини інфляції попиту.

Інфляція витрат. Чинники інфляції витрат. Графік інфляції витрат. Інфляція очікування. Непередбачена інфляція. Інфляція та відсоткова ставка. Соціально-економічні наслідки інфляції: зниження реальних доходів населення; знецінення фінансових активів; порушення відносин між позикодавцем і позичальником, зниження мотивації до інвестування, перерозподіл доходів між приватним сектором і державою. Антиінфляційна політика держави. Інфляція і безробіття. Крива Філіпса. Рівняння кривої Філіпса та сутність її складових. Крива Філіпса як аналітичний засіб стабілізаційної політики.

Тема 7. Споживання домогосподарств

Споживання та заощадження як функції доходу. Особистий дохід у приватній закритій економіці та його складові. Особистий наявний дохід у приватній закритій економіці та його розподіл. Доходи та витрати домогосподарств у моделі макроекономічного кругообігу.

Теперішня і майбутня вартість грошей, що заощаджуються. Кейнсіанська функція споживання, графічне її відображення. Кейнсіанська функція заощадження та графічне її відображення. Гранична схильність до споживання та заощаджень. Чинники, що впливають на граничну схильність до споживання. Середня схильність до споживання та заощаджень.

Класична концепція споживання. Роль відсоткової ставки, у розподілі доходів домашніх господарств на споживання та заощадження. Неокласична функція споживання як функція поточного відсотка. Кейнсіанська теорія поведінки споживача. Психологічний закон споживача. Функції споживання з урахуванням фактора часу. Теорія Фішера про вибір споживача. Вплив на споживання поточного доходу, заощаджень та позик. Гіпотеза життєвого циклу Модільяні. Функція споживання за гіпотезою життєвого циклу. Теорія

постійного доходу, та функція споживання за гіпотезою постійного доходу.

Тема 8. Приватні інвестиції

Роль інвестицій в економіці. Вплив інвестицій на сукупний попит. Вплив інвестицій на сукупну пропозицію через капіталоутворення. Аналіз зміни інвестицій під час економічного спаду (1991-1999 рр.) та під час стабілізації і підйому (2000-2006 рр.), фінансова криза (2008-2010рр.) їх вплив на економіку України. Види інвестицій, валові та чисті інвестиції, приріст капіталу.

Інвестиції в основний капітал. Кейнсіанська функція інвестицій. Гранична ефективність капіталу, роль дисконтної норми у виборі інвестиційного проекту. Гранична схильність до інвестування. Математична інтерпретація кейнсіанської функції інвестицій. Неокласична функція інвестування. Граничні витрати на капітал, математичне визначення граничних витрат на капітал. Залежність оптимального обсягу капіталу від граничних витрат на капітал та очікуваних обсягів ВВП. Математична інтерпретація неокласичної функції інвестування. Автономні та індукційовані інвестиції. Проста інвестиційна функція. Графічне зображення інвестиційної функції. Мультиплікатор автономних інвестицій. Модель акселератора. Сутність моделі взаємодії мультиплікатора - акселератора.

Заощадження та інвестиції. Заощадження як джерело і фінансове обмеження інвестицій. Рівновага між заощадженнями та інвестиціями. Класичний та кейнсіанський механізми урівноваження заощаджень та інвестицій. Структура заощаджень приватної економіки. Роль фінансової системи у трансформації заощаджень в інвестиції.

Тема 9. Сукупні витрати і ВВП

Сукупні витрати і рівноважний ВВП. Заплановані та фактичні витрати. Рівняння рівноважного ВВП за моделлю «витрати-випуск». Модель «кейнсіанського хреста», інвестиції в товарні запаси (заплановані та незаплановані інвестиції). Рівноважний ВВП і модель «вилучення-ін'єкції» співвідношення між вилученнями у формі заощаджень і ін'єкціями у формі інвестицій. Графічне зображення моделі «вилучення-ін'єкції». Автономні та індукційовані витрати. Мультиплікатор автономних витрат. Ефект мультиплікатора на прикладі економіки України. Сукупні витрати і потенційні ВВП. Рецесійний розрив як наслідок дефіциту автономних витрат в умовах неповної зайнятості. Графічна та математична інтерпретація автономних витрат в умовах повної зайнятості. Інфляційний розрив як наслідок надлишкових автономних витрат в умовах повної зайнятості. Графічна та математична інтерпретації інфляційного розриву. Парадокс бережливості.

Тема 10. Економічна динаміка

Сутність та основні теорії економічного зростання. Короткострокове зростання ВВП та фактори впливу на динаміку цього зростання. Економічне зростання у довгостроковому періоді. Крива виробничих можливостей (КВМ). Екстенсивне та інтенсивне зростання економіки. Основні положення кейнсіанської теорії економічного зростання. Модель Харрода-Домара. Основні положення неокласичної теорії економічного зростання. Виробнича функція Кобба-Дугласа. Модель Солоу. Передумови моделі Солоу: об'єкт моделювання - приватна економіка; продуктивність праці; капіталоозброєність. Вплив нагромадження капіталу на капіталоозброєність. Стійка капіталоозброєність. Вплив приросту населення на капіталоозброєність. Вплив технічного прогресу на капіталоозброєність.

Джерела економічного зростання. Внесок факторів виробництва в економічне зростання: капітал, праця, науково-технічний прогрес. Рівняння, що описує внесок окремих виробничих факторів у приріст продукту. Визначення економічного зростання з урахуванням усіх факторів. Залишок Р. Солоу.

Тема 11. Держава в системі макроекономічного регулювання

Роль держави у змішаній економіці. Основні економічні функції держави. Модель макроекономічного кругообігу з урахуванням держави. Основний регулятор змішаної економіки. Економічні напрямки, які не можуть саморегулюватися ринком. Економічні функції держави. Класична, кейнсіанська та монетарна теорії макроекономічного регулювання.

Теорія економічних пропозицій, теорія раціональних очікувань. Трансформація функції

споживання з урахуванням держави. Функція споживання на основі наявного доходу. Функція споживання з урахуванням податків. Вплив держави на кількісну визначеність приватних заощаджень. Державні та національні заощадження. Рівновага між національними заощадженнями та національними інвестиціями. Стимулююча та стримувальні політики. Дискреційна та автоматична фіскальна політика. Механізм впливу сказаної політики на економіку країни. Вплив державних закупівель на ВВП. Мультиплікатор податків. Автоматичні чисті податки як вмотивовані стабілізатори.

Державний бюджет. Валові та чисті податки. Державні видатки. Позики уряду. Перерозподільна функція держави. Концепція збалансування державного бюджету. Дефіцит і профіцит державного бюджету. Боргове фінансування державного бюджету.

Крива Лаффера. Збалансування бюджету на щорічний та циклічній основі. Використання моделі ІБ-ЬМ для обґрунтування впливу фінансової та монетарної політики на ВВП. Стимулююча монетарна політика з використання моделі ІБ-ЬМ.

Тема 12. Зовнішньоекономічна діяльність

Теорії зовнішньої торгівлі. Теорія порівняльній переваг Д. Рікардо. Теорія Гекшера-Оліна, теорія міжнародної торгівлі М. Портера.

Національна економіка з урахуванням решти світу. Зовнішньоторговельні і міжнародно-фінансові зв'язки. Взаємозв'язок між цими механізмами. Вплив решти світу на параметри моделі «витрати-випуск». Гранична схильність до імпорту. Функція споживання у відкритій економіці, вплив решти світу на параметри моделі «вилучення-ін'єкції».

Торговельна політика, чистий експорт і ВВП. Митні і немитні інструменти торговельної політики. Функція чистого експорту. Мультиплікатор витрат у відкритій економіці.

Платіжний баланс. Рахунок поточних операцій та зміст його складових. Рахунок капітальний операцій та зміст його складових. Резервні активи як регулююча стаття платіжного балансу.

Валютний курс. Валюта та її види. Номінальний валютний курс та способи його визначення. Паритет купівельної спроможності. Фіксований і плаваючий валютний курси. Реальний валютний курс. Двосторонній та багатосторонній валютний курс.

Модель Манделла-Флемінга як теорія сукупного попиту у відкритій економіці. Зв'язок між національною та світовою відсотковою ставкою. Застосування кривих ІБ-ЬМ у моделі Манделла-Флемінга. Макроекономічна політика за плаваючого та фіксованого валютних курсів.

2.3. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ «МІКРОЕКОНОМІКА»

Тема 1. Предмет і метод мікроекономіки

Мікроекономіка в системі економічних наук. Проблема обмеженості ресурсів і необхідність вибору. Альтернативність цілей використання обмежених ресурсів і раціональність поведінки суб'єктів ринкових відносин. Предмет курсу. Суб'єкти та об'єкти економічних відносин на мікрорівні. Індивід. Домашнє господарство. Фірма. Держава. Методологія мікроекономічного аналізу. Мікроекономічне моделювання. Загальноекономічні та специфічні методи мікроекономіки. Метод порівняльного аналізу; граничний аналіз; позитивний та нормативний аналіз. Мікроекономічний інструментарій: графіки, лінійні та нелінійні залежності, математичне моделювання.

Тема 2. Теорія граничної корисності й поведінка споживача

Економічні блага. Економічні потреби. Поняття корисності. Сукупна та гранична корисність. Функція корисності. Процес споживання та динаміка зміни сукупної та граничної корисності. Закон спадної граничної корисності економічного блага. Перший закон Еоссена. Рівновага споживача з кардиналістських позицій. Модель споживання набору благ. Другий закон Еоссена. Еквімаржинальний принцип досягнення раціонального вибору та рівновага споживача.

Тема 3. Ординалістська теорія поведінки споживача

Вибір споживача з ординалістських позицій. Побудова кривих байдужості. Карта кривих

байдужості. Властивості кривих байдужості. Поняття взаємозамінних благ, взаємодоповнюючих благ, нейтральних благ, благ з від'ємною корисністю. Окремі випадки конфігурації кривих байдужості. Гранична норма заміщення. Бюджетне обмеження і можливості споживача. Поняття нахилу бюджетної лінії. Вплив зміни доходу споживача на розміщення бюджетної лінії та процес споживання. Зміна цін та її вплив на бюджет споживача. Оптимум споживача як модель раціонального споживчого вибору. Рівновага споживача: економічна, алгебраїчна та графічна інтерпретація. Вибір оптимального споживання.

Тема 4. Аналіз поведінки споживача

Реакція споживача на зміну його доходу. Крива «доход-споживання». Крива Енгеля. Окремі випадки: побудова цих кривих для взаємозамінних та для взаємодоповнюючих благ. Поняття нормальних благ і благ нижчої споживчої цінності. Реакція споживача на зміну цін товарів. Крива «ціна-споживання». Крива індивідуального попиту. Окремі випадки: побудова цих кривих для взаємозамінних і для взаємодоповнюючих благ. Поняття звичайних благ і благ Гіффена. Ефект заміщення та ефект доходу. Взаємодія ефектів заміщення та доходу. Напрямок дії ефекту заміщення, напрям дії ефекту доходу.

Тема 5. Попит і пропозиція, їх взаємовідносини

Попит і закон попиту. Функція попиту, крива попиту. Закон попиту та його пояснення базовими положеннями теорії поведінки споживача. Аналіз зміни попиту загалом і величини (обсягу) попиту. Ринковий попит як сума індивідуального попиту всіх споживачів певного товару. Пропозиція та закон пропозиції, функція пропозиції, крива пропозиції. Зміна пропозиції та зміна обсягу пропозиції, фактори зміни. Взаємодія попиту та пропозиції. Поняття ринкової рівноваги, надлишку, дефіциту. Механізм встановлення ринкової рівноваги. Вплив зміни попиту та пропозиції на рівновагу, взаємодія змін попиту та пропозиції. Поняття про надлишок споживача та надлишок виробника. Практичне застосування аналізу рівноваги: встановлення мінімуму заробітної плати, «стелі» цін, податків, квоти і тарифів, акцизні податки. Еластичність попиту і пропозиції. Еластичність попиту за чинниками впливу: за власного ціною блага, за ціною взаємодоповнюючого або взаємозамінного блага (перехресна еластичність), за доходом. Взаємозв'язок між ціною та валовим вигоном за різної еластичності.

Тема 6. Мікроекономічна модель підприємства

Підприємство як суб'єкт ринку та виробничо-ринкова система. Фактори виробництва. Мотивація поведінки підприємства (фірми). Фактор часу та періоди у функціонуванні фірми. Параметри підприємства як мікроекономічної моделі. Поняття і параметри виробничої функції. Виробнича функція з двома змінними факторами. Взаємозаміна факторів. Ізокванта та її властивості. Карта ізоквант. Гранична норма технологічного заміщення. Заміщення факторів виробництва.

Тема 7. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника

Сукупний, середній та граничний продукт у короткостроковому періоді: означення, графічний аналіз взаємного розміщення кривих. Стадії виробництва. Закон спадної продуктивності факторів виробництва. Зміна масштабу виробництва. Віддача від масштабу в короткостроковому та довгостроковому періоді. Поняття ізокоств: означення, побудова, властивості. Карта ізокоств. Оптимум виробника: вибір комбінації виробничих факторів за критеріями мінімізації витрат чи максимізації випуску. Рівновага виробника. Траєкторія розширення виробничої діяльності фірми.

Тема 8. Витрати і результати виробництва

Економічний та бухгалтерський підходи до визначення витрат. Явні та неявні витрати. Витрати виробництва у короткостроковому періоді. Постійні, змінні, сукупні, середні та граничні витрати. Означення, графічний аналіз особливостей взаємною розташування та закономірностей зміни кожною з видів витрат, точки мінімуму та їх взаємне розташування. Витрати виробництва в довгостроковому періоді. Криві довгострокових витрат та їх види. Концепція мінімально-ефективного розміру підприємства.

Тема 9. Ринок досконалої конкуренції

Поняття ринкової структури. Види ринкових структур та їх ознаки. Модель ринку

досконалої конкуренції та її характеристика. Ринковий попит та крива попиту на продукцію фірми за умов досконалої конкуренції. Сукупний, середній та граничний доходи фірми, їх графічне відображення. Граничний дохід та його співвідношення з лінією попиту на продукцію фірми. Конкурентна стратегія фірми у короткостроковому періоді. Максимізація прибутку (два підходи). Дослідження умов прибутковості та збитковості фірми: графічний аналіз впливу ринкової ціни на взаємне розміщення кривих сукупних витрат, сукупного доходу та прибутку фірми досконалого конкурента. Ринкова ціна та умови прибутковості фірми, беззбитковості, збитковості, повного згорання виробництва (графічно). Конкурентна стратегія фірми у довгостроковому періоді. Умови довгострокової рівноваги. Пропозиція фірми і галузі у довгостроковому періоді. Ефективність ринку досконалої конкуренції.

Тема 10. Монопольний ринок

Модель чистої монополії та її характеристика. Поняття та ознаки. Природні, економічні, адміністративні та правові бар'єри монопольного ринку. Різновиди монополій: відкриті, закриті, природні. Монопольний ринок у короткостроковому та довгостроковому періодах. Крива попиту монополіста. Визначення монополістом ціни та обсягу виробництва (графічна та алгебраїчна інтерпретація). Вплив на поведінку монополіста цінової еластичності попиту. Пропозиція монополіста та особливості її формування. Цінова дискримінація. Рівновага фірми-монополіста у довгостроковому періоді. Досягнення та утримання монопольної влади. Економічні наслідки та соціальна ціна монополії. Порівняльний аналіз досконалої конкуренції та монополії. Державне регулювання монопольної діяльності, антимонопольна політика.

Тема 11. Олігополія та монополістична конкуренція

Основні ознаки олігополії. Основні причини існування олігополії. Різноманітність олігополістичних структур, загальна взаємозалежність і складність аналізу поведінки підприємства на ринку. Дуополія, суть моделі Курно та Бертрана. Формальні умови моделі. Оптимізація обсягу виробництва в умовах дуополії. Моделі олігополістичного ціноутворення: цінова війна та її наслідки; картель та легальні угоди; таємні і мовчазні змови (лідерство у цінах). Модель ламаної кривої попиту. Ціноутворення за принципом: «витрати плюс...». Олігополія та економічна ефективність. Науково-технічний прогрес за умов олігополії. Економічні наслідки олігополії. Державне регулювання олігополії. Сутність та основні риси ринку монополістичної конкуренції. Ознаки та умови функціонування. Ринкова поведінки монополістичного конкурента. Еластичність попиту. Визначення оптимального обсягу виробництва та ціни. Цінова політика фірми. Короткострокова та довгострокова рівновага галузі (графічна інтерпретація). Сутність та передумови розвитку нецінової конкуренції. Поглиблення диференціації продукту: позитивні та негативні наслідки. Вплив рекламної діяльності на обсяги виробництва та витрати. Економічна доцільність реклами. Ефективність монополістичної конкуренції.

Тема 12. Ринок факторів виробництва

Похідний попит. Взаємозв'язок ринків продукту та факторів виробництва. Порівняння граничного доходу та граничних витрат товаровиробника при споживанні одного фактора виробництва. Похідний попит в умовах досконалої та недосконалої конкуренції. Зміни у попиті на ресурс. Еластичність попиту. Оптимальне співвідношення ресурсів. Ринкова пропозиція праці на досконало конкурентному ринку. Криві індивідуальної пропозиції праці. Рівновага фірми і галузі на конкурентному ринку. Економічна рента. Ринок праці з недосконалою конкуренцією. Попит на працю в умовах моносонії та монопольна рівновага. Капітал як фактор виробництва. Капітал як ресурс тривалого. Рух капіталу та капітальні фонди. Попит і пропозиція капіталу. Споживання та інвестиції. Поняття дисконтованої величини. Показники теперішньої та майбутньої вартості у прийнятті інвестиційних рішень. Попит та пропозиція капіталу. Реальна та номінальна процентні ставки. Рівновага на ринку капіталу. Формування процентної ставки як рівноважної ціни капіталу. Ринок землі. Особливості землі як фактору виробництва. Особливості формування пропозиції землі та попиту на землю. Фактори впливу на попит на землю. Диференціальна земельна рента. Ціна землі як капіталізована рента.

Тема 13. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту

Часткова та загальна рівновага. Ефект зворотного зв'язку. Розподіл виробничих ресурсів: оптимальне розміщення ресурсів у галузі, оптимізація розміщення виробничих ресурсів між галузями (діаграма Еджворта). Крива виробничих можливостей. Парето-оптимальний розподіл ресурсів. Ефективність розподілу благ. Модель ефективного обміну в діаграмі Еджворта. Ефективність розподілу ресурсів економіки. Сукупна ефективність конкурентних ринків. Проблема справедливості та ефективності. Теорія суспільного добробуту. Максимізація суспільного добробуту.

Тема 14. Інституціональні аспекти ринкового господарства

Неспроможність ринку. Фактори неспроможності ринку. Функції держави щодо регулювання економічних процесів. Зовнішні ефекти і зовнішні витрати. Наслідки негативного та позитивного зовнішніх ефектів. Методи державного регулювання зовнішніх ефектів. Трансакційні витрати. Суспільні блага. Попит на суспільні блага та оптимізація виробництва суспільних благ. Теорія суспільного вибору. Забезпечення суспільними благами: можливість ринку і держави.

3. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ

3.1. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ»

1. Сутність маркетингу. Маркетинг як філософія бізнесу.
2. Принципи маркетингової діяльності.
3. Категоріальний апарат маркетингу: потреба, попит, товар, ринок, угода.
4. Фактори маркетингового середовища підприємства.
5. Класифікація маркетингу залежно від ринку та сфер застосування.
6. Класифікація маркетингу залежно від попиту на ринку.
7. Класифікація маркетингу залежно від цілей діяльності та за територіальною ознакою.
8. Поняття маркетингової інформаційної системи і класифікація маркетингової інформації.
9. Особливості купівлі товарів виробничого призначення.
10. Сутність і принципи сегментації покупців споживчих товарів.
11. Диференційований, недиференційований, концентрований маркетинг як стратегії маркетингу щодо сегментації.
12. Поняття та види класифікації продуктів (товарів, послуг).
13. Поняття та методи визначення конкурентоспроможності продукту.
14. Види та принципи сервісного обслуговування.
15. Поняття якості та значення системи сертифікації товарів.
16. Види цінових стратегій.
17. Методи ціноутворення.
18. Структура ціни.
19. Види знижок, націнок, надбавок.
20. Характеристика каналів розповсюдження різних рівнів.
21. Цілі та завдання системи маркетингових комунікацій.
22. Маркетингова діяльність як управлінський процес.
23. Зміст маркетингового логістичного підходу.
24. Фірмовий стиль та його елементи. Бренд. Імідж.
25. Сутність маркетингової цінової політики.
26. Фактори, що впливають на ціноутворення.
27. Сутність та значення політики розподілу.
28. Концепція життєвого циклу товару. Етапи життєвого циклу товару та їх характеристика.
29. Ринок: дослідження кон'юнктури, місткості, збуту.
30. Методика розрахунку цін.
31. Сутність маркетингової товарної політики. Поняття товару з позиції маркетингу.

32. Цілі та засоби комунікаційної політики.
33. Сутність та значення роздрібно́ї торгівлі. Типи магазинів роздрібно́ї торгівлі.
34. Особливості організації оптової торгівлі.
35. Сутність та значення реклами. Основні носії реклами.
36. Маркетинг як концепція і як комплекс послідовних різноманітних видів діяльності у сфері бізнесу.
37. Фірмовий стиль та його елементи. Бренд. Імідж фірми (товару) та його формування.
38. Маркетинг - ключова функція менеджменту.
39. Макро- і мікрмаркетинг.
40. Поняття маркетингового середовища.
41. Маркетинг як концепція і як комплекс послідовних різноманітних видів діяльності у сфері бізнесу.
42. Роль оптових торговців у процесі просування продукції.
43. Функції та принципи реклами.
44. Маркетинг у сфері виробничого і торговельного бізнесу. Маркетинг у сфері некомерційної діяльності.
45. Поняття та організація маркетингового дослідження.

3.2. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МАКРОЕКОНОМІКА»

1. Предмет макроекономіки. Об'єкти і суб'єкти макроекономічного аналізу.
2. Економічна система як об'єкт макроекономіки. Основні елементи економічної системи.
3. Методи макроекономічних досліджень.
4. Економіко-математичне моделювання як основний метод макроекономічного аналізу.
5. Система національних рахунків (СНР), як міжнародний стандарт макроекономічних рахунків. Основні категорії системи національних рахунків.
6. Валовий національний продукт: поняття та особливості, номінальний і реальний ВВП. Дефлятор ВВП.
7. Методи розрахунку ВВП.
8. Характеристика основних показників системи національних рахунків (ВВП, ЧНП, НД, особистий дохід).
9. Циклічність, як основний прояв макроекономічної нестабільності. Причини циклічних коливань.
10. Тривалість економічних циклів. Види циклів з точки зору їх тривалості.
11. Прогнози економічної активності й антициклічне регулювання. Метод антициклічного регулювання по Кейнсу.
12. Політика стимулювання пропозиції, графічна ілюстрація її дії. Способи стимулювання пропозиції в економіці.
13. Безробіття, його сутність та види. Витрати безробіття. Закон Оукена.
14. Попит і пропозиція на працю. Неокласична та кейнсіанська моделі рівноваги на ринку праці.
15. Соціальна політика держави на ринку праці: напрямки та проблеми. Крива Філіпса в контексті соціальної політики.
16. Сукупний попит та сукупна пропозиція. Макроекономічна рівновага.
17. Грошовий ринок: пропозиція грошей та попит на гроші.
18. Сучасна банківська система.
19. Грошово-кредитна політика держави. Функції центрального банку.
20. Ринковий розподіл доходів і держава.
21. Інфляція і її наслідки.
22. Темп інфляції і його визначення.
23. Характеристика дефляції та інфляції. Причини існування інфляції.
24. Типи прояву інфляції та боротьба з нею.

25. Зв'язок інфляції та безробіття.
26. Інвестиції та їх типи.
27. Роль інвестицій в економіці, прямі та портфельні інвестиції.
28. Кейнсіанська та неокласична функції попиту на інвестиції.
29. Модель Солоу. Основні передумови при формуванні теорії Солоу.
30. Фіскальна політика держави.
31. Державний бюджет принципи його формування та розподілу. Бюджетний дефіцит.
32. Формування світового господарства і закон порівняльних переваг.
33. Платіжний баланс держави. Сутність платіжного балансу і його структура.
34. Міжнародні валютні відносини.
35. Об'єкти і суб'єкти макроекономічного аналізу.
36. Способи стимулювання пропозиції в економіці.

3.3. ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ «МІКРОЕКОНОМІКА»

1. Закон спадної граничної корисності та його роль у виборі споживача.
2. Бюджетні обмеження споживача. Фактори, що впливають на зміну положення бюджетної лінії споживача.
3. Рівновага споживача: сутність та обґрунтування з ординалістських позицій (алгебраїчна та графічна інтерпретація).
4. Вплив зміни доходу на рівновагу споживача. Криві Енгеля.
5. Вплив зміни ціни на рівновагу споживача. Крива індивідуального попиту.
6. Попит, як економічна категорія. Аналіз змін у попиті й у величині (обсязі) попиту під впливом цінової та нецінових детермінант.
7. Пропозиція, як економічна категорія. Аналіз змін у пропозиції й у величині (обсязі) пропозиції під впливом цінової та нецінових детермінант.
8. Способи розрахунків цінової еластичності попиту. Випадки цінової еластичності попиту. Взаємозв'язок еластичності попиту з показником сукупної виручки.
9. Еластичність пропозиції. Випадки еластичності пропозиції. Вплив часу на еластичність пропозиції.
10. Взаємодія попиту та пропозиції (графічна інтерпретація). Ситуація надлишку та дефіциту на ринку.
11. Виробничий вибір фірми у короткостроковому періоді: сукупний, середній та граничні продукти. Закон спадної віддачі та його роль у технологічному виборі виробника.
12. Виробничий вибір фірми у довгостроковому періоді: ізокоста, ізокванта, гранична норма технологічного заміщення. Визначення оптимальної комбінації ресурсів.
13. Типовий характер змін витрат виробництва у короткостроковому періоді: визначення, алгебраїчна та графічна інтерпретація.
14. Типовий характер зміни витрат виробництва у довгостроковому періоді. Віддача від масштабу.
15. Визначення фірмою досконалим конкурентом обсягів випуску продукції, максимізуючи прибуток чи мінімізуючи збитки: сукупний та граничні підходи (графічна та алгебраїчна інтерпретація).
16. Рівновага ринку, підприємства, галузі у довгостроковому періоді за умов досконалої конкуренції.
17. Цінова еластичність попиту та її вплив на поведінку монополіста.
18. Визначення ціни і обсягу виробництва підприємством - «чистим» монополістом.
19. Цінова дискримінація: сутність, економічні умови її здійснення, види, наслідки.
20. Ознаки монополістичної конкуренції. Визначення оптимального обсягу виробництва та цінова політика підприємства у короткостроковому періоді.
21. Основні моделі олігополістичного ціноутворення.

22. Картельні угоди: визначення квот, умови реалізації, суперечності, ефективність.
23. Поняття та значення похідного попиту. Крива попиту на ресурси в умовах досконалої та недосконалої конкуренції. Правило використання ресурсів.
24. Вибір оптимального співвідношення використання ресурсів у виробництві.
25. Праця як фактор виробництва: попит і пропозиція. Вибір індивіда між працею та відпочинком. Прояв ефекту доходу та ефекту заміщення.
26. Ринок капіталу та ставка відсотку.
27. Ринок капітальних активів. Дисконтування.
28. Мікроекономічний аналіз ринку землі: попит і пропозиція землі. Земельна рента. Ціна землі.
29. Часткова та загальна рівновага ринкової економічної системи.
30. Неспроможність ринкового механізму та необхідність державного втручання в економіку.
31. Праця як фактор виробництва: попит і пропозиція.
32. Взаємозв'язок еластичності попиту з показником сукупної виручки.
33. Ситуація надлишку та дефіциту на ринку.
34. Земельна рента. Ціна землі.
35. Закон спадної віддачі та його роль у технологічному виборі виробника.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-ІУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Беляев В. И. «Маркетинг: основы теории и практики»: Учебник / В. И. Беляев. - М.: КНОРУС, 2005. - 672 с.
3. Виноградський М. Д. Менеджмент в організації: Навч. посіб. для студ. економ, спец, вузів / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. - К.: Кондор, 2002. - 654 с. (розділи 13, 14, 17).
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. - К: Лібра, 2002. - 708 с.
5. Беквит Гарри. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг / Гарри Беквит; 5-е изд. - М: Альпина Паблишерз, 2009. - 224 с. (Серия «Принципы успеха») // Електронний доступ: [mind тар книги на сайті викладача http://www.bravkovskv.com.ua/2010/06/14/selling-the-invisible-harry-beckwith/.](http://www.bravkovskv.com.ua/2010/06/14/selling-the-invisible-harry-beckwith/)
6. Траут Джек. 22 Непреложных закона маркетинга / Джек Траут. - Изд-во: АСТ, Люкс, 2005.- 160 с.
7. Игнатъев Д. Настольная энциклопедия Public Relations / Д. Игнатъев, А. Бекетов. - 2-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 496 с.
8. Котлер Ф., Вероника Вонг, Джон Сондерс, Гари Армстронг. Основы маркетинга / 4-е европейское издание Principles of Marketing: European Edition 4th. - М.: «Вильямс», 2010. - 1200 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / 2-е изд.; Пер. с англ, под ред. С. Г. Божук. - СПб.: Питер, 2006. - 464 с: ил. (Серия «Деловой бестселлер»),
10. Маркетинг в вопросах и решениях: учебное пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. - М.: КНОРУС, 2011.-304 с.
11. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учеб, пособие для студ. сред. проф. учеб, заведений / Н. М. Мурахтанова, Е. И. Еремина. - 6-е изд., М.: Издательский центр «Академия», 2009. - 96 с.
12. Маркетинговые коммуникации: Практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Складар. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2011. - 196 с.
13. Перция В. М. Анатомия бренда / В. М. Перция. - Москва: Вершина, 2007. - 288 с.
14. Уэбстер Фредерик. Основы промышленного маркетинга / Фредерик Уэбстер. - М.: ИД Гребенникова, 2005. - 416 с.
15. Ковбатьок М. В. Економічна теорія: навч. Посібник / М. В. Ковбатьок, В. О. Шевчук. - К.: КІВЦ, 2016.-568 с.

16. Макроекономіка: Посібник / Базилевич В.Д. - К.: Знання - 2015. - 694 с.
17. Підлісний П. І. Макроекономіка. Навчально-методичний посібник з грифом МОН України / П. І. Підлісний, І. Г. Бакаєва, Л. І. Кравцова. - К.: ДЕТУТ, 2011- 293 с.
18. Макроекономіка: Підручник. - 4-те вид., перероб. і доп. Затверджено МОН / Базилевич В. Д., Базилевич К. С.- К.: Знання, 2008. - 743 с.
19. Вініченко О. Я. Макроекономіка. Навчальний посібник / О. Я. Вініченко, О. В. Гончаренко. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 176 с.
20. Базилінська О. Я. Макроекономіка: Навчальний посібник / О. Я. Базилінська. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 442 с.
21. Мельникова В. Л. Макроекономіка. Навчальний посібник / В. Л. Мельникова, Н. І. Клімова. - К.: ВА «Професіонал», 2005 - 400 с.
22. Солонінко К. С. Макроекономіка: Навчальний посібник / К. С. Солонінко. - К.: Центр навчальної літератури, 2002. - 235 с.
23. Небава М. І. Теорія макроекономіки. Начальний посібник / М. І. Небава. - К.: ВД «Слово», 2009.-536 с.
24. Савченко А. Т. Макроекономіка: Навч.-метод. посібник для самостійного вивчення / А. Т. Савченко, Д. М. Євдокімова. - К.: КНЕУ, 2008. - 256 с.
25. Базилевич В. Д. Макроекономіка: навчальний посібник / В. Д. Базилевич, Л. О. Баластрик. - К.: Атіка, 2006. - 368 с.
26. Кулішов В. В. Макроекономіка: Основи теорії і практикум / В. В. Кулішов. - Львів: «Магнолія плюс», 2004. - 256 с.
27. Підлісний П. І. Макроекономіка. Навчальний посібник/ П. І. Підлісний, Кравцова Л. І. - К.: ДЕТУТ, 2009-266 с.
28. Підлісний П. І., Паткевич Н. О. Мікроекономіка: Навчально-методичний посібник. - К.: ДЕТУТ, 2014. - с. 244 (гриф МОН)
29. Косік А. Ф., Гронтковська Г. Е. Мікроекономіка: 2-ге видання, перероблене та доповнене. Навч. пос. Рекомендовано МОН України. - К.: Центр учбової літератури, 2008. - 438 с.
30. Павленко І. М. Мікроекономіка. Навчальний посібник. Рекомендовано МОН України. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 288 с.

**Декан ФУТ,
д.е.н., проф.**

С.М. Боняр

**Укладач:
зав. кафедри економіки,
маркетингу та бізнес-
адміністрування,
д.е.н., проф.**

В.П. Яновська