

ПРОГРАМА
вступного іспиту зі спеціальності
075 «Маркетинг»
для вступників на навчання в аспірантурі

Переднє слово

Програма складена на базі програм вищої школи для загальноекономічних і фахових дисциплін спеціальності.

Програма вступного екзамену із спеціальності для вступників до аспірантури на кафедрі Інституту економіки і менеджменту містить два розділи. У першому розділі вміщено питання загальноекономічних дисциплін. У другому розділі подано питання з фахових дисциплін спеціальності.

Розділ 1. Загальноекономічні питання

1. Концентрація виробництва, методологія виміру та її вплив на ефективність виробництва.
2. Диверсифікація виробництва, її форми, види, переваги і загрози.
3. Розвиток підприємництва та зміни організаційних структур управління: структури матричного, проектного типу, мережеві, дорадчі, цільові.
4. Загальне середовище господарювання та його чинники (природні, демографічні, політичні, науково-технічні, економічні, міжнародні).
5. Операційне середовище функціонування підприємства (постачальники ресурсів, споживачі продукції, посередники, конкуренти).
6. Ринкова ціна і фактори її формування на макро- і мікрорівнях.
7. Види ринкових цін та прояв їх стимулюючої, синхронізуючої сигнальної функції.
8. Цінова конкуренція і цінова конкурентоспроможність.
9. Поняття мінімальної ціни і фактори підвищення цінової конкурентоспроможності.
10. Особливості конкурентної поведінки в структурах досконалої та недосконалої конкуренції.
11. Конкуренція та конкурентоспроможність підприємства на внутрішньому ринку, необхідність розроблення стратегій конкуренції.
12. Сутність ресурсів і активів підприємства.
13. Характеристика матеріальних і нематеріальних активів підприємства.
14. Роль нематеріальних активів, їх оцінка та амортизація.
15. Оборотні та необоротні активи в системі функціонування підприємства.
16. Узагальнення активів і капіталу в балансі підприємства.
17. Ефективність використання земельних ресурсів підприємства.
18. Основні засоби.
19. Класифікація та оцінка основних засобів.
20. Методи амортизації основних засобів та їх обґрунтування.
21. Роль амортизаційної політики в інвестиційній активності підприємства.

22. Проблеми оновлення і підвищення технічного рівня основних засобів виробничого призначення.
23. Оборотні засоби.
24. Стадії обігу та склад оборотних засобів.
25. Визначення обсягу оборотних засобів і оптимізація їх структури.
26. Персонал як основний ресурс підприємства та об'єкт партнерських відносин.
27. Форми участі персоналу в капіталі та прибутку підприємства.
28. Продуктивність праці та методичні підходи до її визначення.
29. Прогнозування (планування) рівня продуктивності персоналу на підприємстві.
30. Форми і системи оплати праці робітників.
31. Права засновників щодо вибору форми і системи оплати праці.
32. Сучасні тенденції у застосуванні форм заробітної плати.
33. Зарубіжний і вітчизняний досвід участі працівників у прибутках (доходах) і власності приватизованих підприємств.
34. Вимоги до організації робочого місця як системи праці.
35. Виробничий процес як основний вид операційної діяльності, його складові та принципи раціональної організації.
36. Типи виробництва (одиничне, серійне, масове) та їх техніко-економічне обґрунтування.
37. Методи організації виробничих процесів.
38. Переваги і вади потокового виробництва.
39. Організаційно-економічні умови застосування і економічна оцінка непотокового виробництва.
40. Тенденції розвитку поточкових і непоточкових методів організації виробничих процесів.
41. Інтенсивність виробництва та її вплив на ефективність.
42. Загальна характеристика продукції (послуг) та її класифікаційні ознаки (призначення, фізичні властивості, складність тощо).
43. Вимірники і показники обсягу продукції, сфера їх застосування.
44. Життєвий цикл продукції, процес її створення та освоєння.
45. Ресурсне обґрунтування виробничої програми підприємства.
46. Матеріально-технічне забезпечення підприємства, його форми.
47. Методи формування і калькулювання витрат на виробництво продукції.
48. Проблеми розподілу непрямих витрат при калькулюванні.
49. Організаційно-управлінські засоби мінімізації операційних витрат і зниження собівартості продукції.
50. Функціонально-вартісний аналіз як метод раціоналізації організаційних і технічних систем та зниження витрат.
51. Поняття і процес комунікації.
52. Модель процесу комунікації.
53. Зміст основних етапів процесу комунікації.
54. Міжособові та організаційні комунікації.
55. Мотивація як фактор забезпечення успіху діяльності організації.
56. Маркетингова діяльність підприємства як сфера організації зовнішніх

- комунікацій.
57. Поняття реклами, її роль у вирішенні проблем стимулювання збуту, критерії вибору рекламних заходів.
 58. Комунікації з покупцями.
 59. Основні підходи до подолання кризових явищ на підприємстві.
 60. Типи антикризової реакції та антикризового управління (реактивне, активне, планове).
 61. Процес санації (фінансового оздоровлення) потенційно конкурентоспроможних підприємств (організацій).
 62. Особливості розроблення стратегії підприємства для діючого та новоствореного підприємства.
 63. Аналіз зовнішнього середовища (PEST-аналіз).
 64. Узагальнення результатів стратегічного аналізу (SWOT-аналіз).
 65. Управління змінами і формування стратегічної поведінки.

Розділ 2. Питання дисциплін фахового спрямування

1. Маркетингова концепція як філософія ведення бізнесу.
2. Застосування концепції маркетингу на мезо- та макрорівнях.
3. Сутність концепції маркетингу цінності (маркетингу 3.0).
4. Соціальна відповідальність в маркетингу як відповідь на зростання ролі консьюмеризму.
5. Організація маркетингової діяльності на підприємстві
6. Інтегровані маркетингові комунікації
7. Методи цінової та нецінової конкуренції.
8. Розроблення рекламної стратегії підприємства
9. Форми та методи контролювання ефективності рекламної діяльності підприємства.
10. Вплив соціо-культурних факторів на поведінку споживача.
11. Основні фактори, що впливають на поведінку організації-споживача.
12. Процес прийняття рішення про купівлю товару на споживчому ринку.
13. Особливості алгоритму прийняття рішення про закупівлю товарів/послуг на промисловому ринку.
14. Характеристика вхідних та вихідних бар'єрів у ринковій діяльності підприємства.
15. Особливості концепції партнерського маркетингу.
16. Ієрархія потреб А. Маслоу та її значення в мотивації адресатів маркетингових комунікацій.
17. Методи пре- та посттестування в процесі реалізації рекламної стратегії.
18. Теорія когнітивного дисонансу та способи її застосування у маркетинговій практиці.
19. Методи оцінювання торговельної та комунікативної ефективності реклами.
20. Принципи формування вибірки у маркетинговому дослідженні. Кількісна і якісна репрезентативність вибірки.

21. Вторинна та первинна маркетингова інформація: сутність, переваги, недоліки та джерела отримання.
22. Характеристика концепції життєвого циклу товарів та її застосування у маркетинговій діяльності.
23. Визначення попиту на товар і аналіз його еластичності.
24. Концепція холістичного маркетингу як прояв комплексності підходу до організації маркетингової діяльності підприємства.
25. Сутність пошукової оптимізації як метод залучення потенційних споживачів на комерційні інтернет-ресурси.
26. Соціальні мережі як канал маркетингових комунікацій.
27. Порівняльна характеристика засобів маркетингових комунікацій
28. Принципи організації та роботи Інтернет-магазину.
29. Особливості маркетингових комунікацій в мережі Інтернет.
30. Стратегічні основи бренд-менеджменту. Бренд-менеджмент як управлінська функція.
31. Методи оцінювання вартості торгових марок.
32. Принципи проектування та функціонування вертикальних та горизонтальних маркетингових систем.
33. Концепція ланцюга створення доданої вартості та особливості її застосування у маркетинговій практиці господарюючих суб'єктів.
34. Характеристика форм та методів стратегічного контролю в маркетингу.
35. Key Performance Indicators в маркетингові практиці підприємств.
36. Поведінкова теорія мотивації споживачів.
37. Характеристика інтенсивного як альтернативного напрямку розвитку підприємства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Алексєєв І.В., Колісник М.К. Гроші та кредит: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2009. – 253 с. (ISBN 978-966-346-595-1). Алексєєв І.В., Колісник М.К. Гроші та кредит: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2009. – 253 с. (ISBN 978-966-346-595-1).
2. Алексєєв І.В., Ярошевич Н.Б., Чушак-Голобородько А.М. Бюджетна система: Навчальний посібник. – К.: «Хай-Тек Прес», 2007. – 376 с. (ISBN 966-96736-1-5).
3. Андрійчук В.Г. Економіка підприємства. Підручник. - К.: КНЕУ, 2005.
4. Бухгалтерський облік. Основи теорії та практики: підручник / Г.О. Партин, А.Г. Загородній, Л.М. Пилипенко, Т.І. Партин. – 3-тє вид., доопрац. і доп. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 340 с.
5. Бюджетний менеджмент: навч.-метод. посіб. /Н. Б. Ярошевич, Н.О. Шпак, В. Є. Матвійшин. – Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2012. – 224с.
6. Василенко В.А. Менеджмент устійчивого розвитку підприємств: Монографія. - К.: ЦУЛ, 2005,- 645 с.
7. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. - К.: КНЕУ, 2001.
8. Економіка підприємства: Підручник / Ред. С.Ф. Покропивний. - 2-е вид., перероб. і допов. - К.: КНЕУ, 2005. - 526 с.

9. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 36. – С. 266.
10. Закон України “Про наукову і науково-технічну експертизу” від 10.02.1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 9. – С. 56.
11. Закон України “Про основи державної політики в сфері науки і науково-технічної діяльності” від 13.12.1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 12. – С. 166.
12. Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 3.
13. Закон України “Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків” від 7.03.2002 р. - № 3118-III // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 11.
14. Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України від 13.07.1999 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 37. – С. 336.
- 15.
16. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2004. – 416 с.
17. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка” (Інформаційно-видавничий центр “ІНТЕЛЕКТ +” Інституту післядипломної освіти), “Інтелект-Захід”, 2002. – 228 с.
18. Крикавський Є., Чухрай Н. Промисловий маркетинг: Підручник. 2-ге вид. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 472 с.
19. Міжнародні фінанси: навчальний посібник / Князь С.В., Георгіаді Н.Г., Князь О.В. та ін.; Під ред. Кузьміна О.Є. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. - 360 с.
20. Міжнародний менеджмент: теоретичні та прикладні положення: навч. посібник. / О.Є. Кузьмін, О.С. Скибінський, Н.І. Кара та ін. - Львів: ЗУКЦ, 2012. - 264 с.
21. Менеджмент: навч. посіб. / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, О.Р. Саніна ***. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 240 с.
22. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрями розвитку: Монографія.-К.:КНЕУ, 2001. -227 с
23. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. -К.: КНЕУ, 1999.
24. Партин Г.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / Г.О. Партин Н.Є. Селюченко. – 2-вид., перероб. і доп. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 384с.
25. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Н.Ю. Подольчак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 400с.
26. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. - К.:КНЕУ, 1998. - 352 с
27. Процесно-структурований менеджмент: методологія та інструментарій: [монографія] / [О.Є. Кузьмін, І.В. Алексєєв, О.Г. Мельник, Н.Я. Петришин та ін.];

за ред. д.е.н., проф. О.Є. Кузьміна. – Львів: Видавництво «Растр-7», 2013. – 428 с.

28. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження: практичний аспект. - К., М., - 1998

29. Соболев С.М., Багацький В.М. Менеджмент: Навч. метод, посіб. Для самост. вивч. дисц. - К.: КНЕУ, 2005. - 225 с.

30. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. - 2-е вид., перероб. і допов. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с