

ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор ДДМА

В.Д. Ковальов

« _____ » _____ 2021 р.



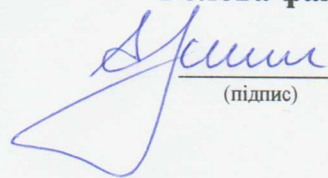
ПРОГРАМА ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

для вступу на навчання за ступенем бакалавра на базі диплому
молодшого спеціаліста

Спеціальність _____ 075 Маркетинг _____
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма _____ Маркетинг _____

Голова фахової атестаційної комісії



(підпис)

Є.В. Мироненко

(ініціали та прізвище)

Краматорськ, 2021

ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ

На навчання за освітньо-кваліфікаційною програмою «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» на конкурсній основі по особистій заяві приймаються особи, що мають освітньо-кваліфікаційний рівень професійної освіти й отримали державний диплом молодшого спеціаліста.

Прийом на навчання за освітньо-кваліфікаційною програмою «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться на конкурсній основі.

Вимоги до вступників:

1. Закінчена професійна освіта зі ступенем «молодший спеціаліст».
2. Базові знання в області економіки й загального менеджменту.
3. Мотивація на серйозне навчання й прагнення розвивати кар'єру в сфері маркетингу.

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Для вступу на навчання за освітньо-кваліфікаційною програмою «бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг» абітурієнти повинні пройти вступне випробування - міждисциплінарне тестування за програмою, розробленою вузом на основі державних освітніх стандартів вищої професійної підготовки молодших спеціалістів за відповідним напрямом. Проводиться в письмовому виді українською мовою. Оцінюється за 200-бальною шкалою.

По наступних дисциплінах випускник (молодший спеціаліст), який бажає навчатися за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр», повинний знати і вміти:

1. «Основи економічної теорії»

ЗНАТИ:

- основні поняття макроекономіки;
- основні макроекономічні показники і принципи макроекономічного аналізу;
- сутність макроекономічної рівноваги;
- основні інструменти мікроекономічного аналізу;

ВМІТИ:

- правильно застосовувати інструменти аналізу на практиці;
- розуміти макро - и мікроекономічні процеси.

2. «Основи менеджменту»

ЗНАТИ:

- сутність і задачі теорії управління, наукові методи, принципи, функції управління;
- системний підхід до управління;
- основи оперативного і стратегічного управління;
- мотивацію діяльності;
- фактори ефективності менеджменту;

ВМІТИ:

- вибирати ефективні рішення у виробничих ситуаціях;
- оцінювати ступінь керованості систем;
- проектувати раціональні типи структур організацій;
- вибрати оптимальні типи стратегій бізнесу.

3. «Економіка підприємства»

ЗНАТИ:

- основні економічні поняття сучасного підприємництва;
- організаційно-правові норми господарської діяльності;
- сутність товарно-комерційної політики підприємства;
- чинне законодавство;

ВМІТИ:

- планувати підприємницьку діяльність;
- визначати стратегію підприємства, оцінювати кон'юнктуру ринку.

4. "Маркетинг"**ЗНАТИ:**

- роль маркетингу в економічному розвитку країни;
- структуру маркетингової служби;
- організацію діяльності маркетингової служби;
- взаємодія підприємства з конкурентним середовищем ринкової економіки;

ВМІТИ:

- проводити комплексні дослідження товарного ринку;
- планувати виробництво і збут;
- формувати ринкові потреби покупців.

**ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ
ДО ТЕСТУВАННЯ
ВИПУСКНИКІВ ВУЗІВ І-ІІ РІВНІВ АКРЕДИТАЦІЇ
(на прискорену форму навчання)**

Основи економічної теорії

1. Поняття економіки як науки, її зв'язок з іншими науками
2. Основні етапи розвитку економічної теорії
3. Предмет, мета і функції економічної теорії
4. Методи економічної теорії
5. Економічні закони і категорії
6. Суспільне виробництво як основа функціонування економічної системи.
7. Економічна система та її елементи.
8. Типи економічних систем.
9. Основні суперечності економічної системи. Методи розв'язання суперечностей економічної системи.
10. Форми суспільного виробництва.
11. Поняття товару і його властивості. Закон вартості.
12. Розвиток форм вартості. Виникнення, суть і функції грошей.
13. Сутність і функції ринку.
14. Види ринків.
15. Ринкова ціна. Рівновага попиту і пропозиції.
15. Інфраструктура ринку.
16. Підприємство як суб'єкт ринкової економіки.
17. Сутність і види витрат підприємства.
18. Ціна: сутність, функції і види.
19. Підприємництво: сутність, умови та функції
20. Сутність, джерела і види доходу. Основні групи суб'єктів економіки, що отримують дохід.
21. Прибуток підприємця.
22. Доходи від власності.
23. Заробітна плата.
23. Соціальні доходи. Структура доходів сім'ї і їх використання.

Основи менеджменту

1. Зміст понять “управління” та “менеджмент”.
2. Основні концепції методології наукового управління.
3. Зміст менеджменту.
4. Сутність, цілі та завдання внутрішньофірмового планування.
5. Головні аспекти та стадії менеджменту.
6. Головні цілі та завдання менеджменту.
7. Менеджмент та підприємництво.
8. Поняття організації. Організація як система .
9. Класифікація функцій менеджменту.
10. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.
11. Економічний механізм менеджменту.
12. Ознаки діяльності менеджера та основні ролі керівника.
13. Правове регулювання діяльності підприємства
14. Ціль. Види цілей фірми. Поняття цільового управління.
15. Нормативні акти, що регламентують управління підприємством.
16. Сфери діяльності менеджерів.
17. Формування капіталу підприємства. Фінансові джерела його діяльності.
18. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації.
19. Класифікація сучасних фірм.
20. Створення фірм.
21. Діяльність фірми та зміна її структури.
22. Ліквідація підприємства: причини, порядок.
23. Головні риси та принципи керування промисловими фірмами.
24. Сутність менеджменту як науки
25. Класифікація підприємств за характером власності, належності капіталу, сфери діяльності.
26. Класифікація підприємств за правовим положенням та характером господарської діяльності.
27. Суб’єкти та об’єкти менеджменту.
28. Поняття організації. Загальні риси. Види та приклади.
29. Сутність та класифікація методів менеджменту.
30. Комерційний та внутрішньофірмовий розрахунки як найважливіші економічні методи управління в менеджменті.
31. Основні поняття системного підходу до управління. Системний підхід до управління виробництвом.
32. Зміст, класифікація та вимоги до інформації, що використовується у менеджменті.
33. Внутрішньофірмова система інформації. Технологія інформаційної діяльності та її забезпечення.
34. Характеристика методів менеджменту прямої дії.
35. Механізм взаємодії методів управління
36. Поняття, види та підходи до прийняття управлінських рішень.
37. Етапи процесу прийняття раціональних управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес їх прийняття.
38. Моделі прийняття управлінських рішень.
39. Виробництво як система та її структура.
40. Виробнича структура фірми як системи. Види виробничої структури підприємства.

Маркетинг

1. Еволюція концепції маркетингу. Сутність виробничої, товарної, збутової, маркетингової й сучасної концепції.
2. Основні поняття маркетингу. Сутність, види й типи виміру попиту.
3. Суб'єкта маркетингу.
4. Принципи, завдання й функції маркетингу.
5. Методи маркетингу й еволюція його цінностей.
6. Види маркетингу залежно від орієнтації маркетингової діяльності.
7. Види маркетингу залежно від його сфери.
8. Види маркетингу залежно від попиту.
9. Внутрішнє середовище маркетингу. Фактори зовнішнього оточення.
10. Сутність і характеристики внутрішньофірмового, міжнародного й соціально-етичного маркетингу.
11. Система способів маркетингу і їхня структура (концепція «5Р»). Поняття marketing-mix.
12. Маркетингові дослідження зовнішнього середовища як головна умова успішного маркетингу.
13. Основні проблеми розвитку маркетингу на вітчизняних підприємствах.
14. Сутність маркетингової товарної політики і її структура.
15. Класифікаційна характеристика товарів.
16. Три рівні створення товару (товар за задумом, у реальному виконанні й товар з підкріпленням).
17. Товарні асортименти й товарна номенклатура.
18. Сутність товарної диференціації й диверсифікованості.
19. Концепція життєвого циклу продукції й характеристика його основних етапів.
20. Маркетингові дії на різних етапах ЖЦ продукції.
21. Можливі варіанти кривих ЖЦ продукції.
22. Конкурентоспроможність продукції і якість.
23. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності товару.
24. Сутність поняття «новий продукт». Поняття й способи планування продукції.
25. Алгоритм планування нової продукції й характеристика його основних етапів. Причини невдач нової продукції на ринку.
26. Сутність і роль маркетингової цінової політики.
27. Алгоритм маркетингового розрахунку цін і характеристика його основних етапів.
28. Постановка цілей і визначення завдань ціноутворення.
29. Визначення величини попиту та пропозиції, їхнє співвідношення й значення цінової еластичності.
30. Розрахунок витрат на виробництво й реалізацію продукції. Вибір приблизного рівня ціни, виходячи з умов конкурентного оточення.
31. Вибір методу ціноутворення, безпосередній розрахунок цін.
32. Сутність і особливості використання методів прямого ціноутворення.
33. Методи непрямого ціноутворення.
34. Маркетингові політики керування цінами.
35. Сутність маркетингової політики комунікацій. Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій.
36. Алгоритм планування комплексу маркетингових комунікацій і характеристика його основних етапів.
37. Розрахунок бюджету комунікацій (методи).
38. Реклама: сутність, можливі цілі й види.
39. Алгоритм прийняття рішень про рекламу.
40. Пропаганда: сутність, форми й програми.

41. Стимулювання: сутність, напрямки й методи.
42. Персональний продаж: сутність, типи й процес.
43. Канали розподілу продукції: сутність, актуальність, види й основні характеристики.
44. Алгоритм формування маркетингових каналів розподілу (характеристика етапів).
45. Посередницька діяльність у каналах розподілу: сутність, принципи. Класифікація посередницьких підприємств, їхні основні типи.
46. Основні аспекти керування каналами розподілу: визначення цілей і стратегій діяльності, установа систем оплати праці посередників, навчання, підготовка й оцінка результатів роботи посередників.
47. Конфлікти в каналах розподілу й методи їхньої ліквідації.
48. Оцінка каналів розподілу.
49. Маркетингова політика розподілу й логістика.

Економіка підприємства

- 1 Підприємництво. Поняття та класифікація.
- 2 Сутність виробничого підприємництва.
- 3 Комерційне підприємництво.
- 4 Фінансове підприємництво.
- 5 Консультативне підприємництво.
- 6 Класифікація підприємств.
- 7 Види господарських товариств.
- 8 Види об'єднань підприємств.
- 9 Договірні основи діяльності підприємства.
- 10 Порядок створення нового підприємства, фірми.
- 11 Виробнича структура промислового підприємства.
- 12 Управлінська структура промислового підприємства.
- 13 Стратегія розвитку підприємства.
- 14 Зміст і порядок розробки бізнес плану.
- 15 Тактичне і оперативне планування на підприємстві.
- 16 Типи організаційних структур управління підприємством.
- 17 Економічний механізм керування підприємством.
- 18 Ринкове середовище господарювання підприємства.
- 19 Маркетинг на промисловому підприємстві.
- 20 Маркетингова інформація і дослідження ринку.
- 21 Загальна характеристика продукції.
- 22 Вартісні показники характеристики продукції.
- 23 Якість і конкурентоспроможність.
- 24 Активи підприємства, їх види.
- 25 Фінанси підприємства. Фінансова система. Фінансові ресурси.
- 26 Нематеріальні активи, їх види.
- 27 Головні фінансові документи,
- 28 Інвестиції і кредити.
- 29 Фінансовий менеджмент.
- 30 Підприємство на ринку цінних паперів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДІ ВСТУПНИКА

Екзаменаційний білет складається з 15 тестів та оцінюється за 200-бальною шкалою: 1-10 тести по 10 балів; 11-15 тести по 20 балів. Кожен тест передбачає лише одну

правильну відповідь. Для відповіді на перші 10 тестів достатньо знань основних понять, наведених вище. 11-15 тести передбачають розв'язання задачі.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Основна література

Основи економічної теорії

1. Бобров В. Я. Основи ринкової економіки і підприємництва: підручник .-К.: Вища шк., 2003 .-719 с.
2. Гальчинський А., Єщенко П. Економічна теорія: підручник .-К.: Вища шк., 2007 .-503 с.
3. Дзюбик С. Д., Ривак О. С. Основи економічної теорії: навч. посібник .-К.: Знання, 2006 .-481 с.
4. Экономическая теория: учебник/под ред. А. Г. Грязновой, Т. В. Чечелевой .-М.: Экзамен, 2003 .-592 с.
5. Экономическая теория: вопросы и ответы, задачи и решения: учебное пособие/под ред. В. Я. Иохина .-М.: Экономистъ, 2003 .-558 с.

Основи менеджменту

1. Лукичева Л.И. Управление организацией / Под ред. Ю.П. Анискина .-М.: Омега-Л, 2004 .-360
2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов .-4-е изд., перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ, 2008 .-511
3. Мартиненко М.М. Основи менеджменту: Підручник .-К.: Каравела, 2005 .-496
4. Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент : теорія та практика .-Тернопіль: Карт-бланш, 2005 .-486
5. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник .-К.: Знання, 2004 .-687
6. Основы менеджмента. Мескон М. и др. М.: Дело ЛТД, 1998 г.
7. Основы менеджменту. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Е. Львів: Світ, 1995г.
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник для экон. спец. вузов. М.: Высшая школа, 1994г.
9. Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебное пособие. М.: ГНОН-пресс, 1999г.

Економіка підприємства

1. Закон України «Про господарські товариства» від 19 вересня 1991 р. // Відомості Верховної ради України. – 1991. – № 49. – с. 682.
2. Закон України «Про підприємства України» від 27 березня 1991 р. // Відомості Верховної ради України. – 1991. – № 24. – с. 272
3. Закон України «Про оподаткування прибутку» від 22 травня 1997 р. (З 1 січня 2001 року до цього Закону внесені зміни згідно із Законом України від 8 червня 2000 року N 1805–III) // Відомості Верховної ради України. – 1991. – № 49. – с. 682.
4. Закон України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 р. // Урядовий кур'єр. – 1995. – 18 травня.
5. Закон України «Про банкрутство» від 14 травня 1992 р. // Відомості Верховної ради України. – 1992. – № 31.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» від 31.03.1999 р., № 87.
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 р., № 92.
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» від 29.11.1999 р., № 290. (З 14.06.2000 року до цього стандарту внесені зміни).
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» від 31.12.1999 р., № 318.
10. Типове положення з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості. Затв. Каб.Мін.України від 26.04.96 // Бухгалтерський облік і аудит. – 1996. – № 7.
11. Економіка підприємства: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2000. – 742с.
12. Экономика предприятия и отрасли промышленности. Серия «Учебники, учебные пособия». / Под ред. проф. А.С. Пелих. – 3-е изд., перераб и доп. – Ростов н/Д.: Феникс, 1999. – 608с.
13. Зайцев Н.Л. Экономика организации. – М.: Экзамен, 2000. – 768с.
14. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528с., іл.
15. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия.: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 358с. – (серия «Высшее образование»)
16. Экономический справочник руководителя предприятия / Сост.: С.В. Рыжиков, В.Г. Золотогоров, В.С. Рыжиков. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 320с.
17. Приймак Т.О. Економіка підприємств: Навч. посібник. – К.: МАУП, 1999. – 108с.: іл. – Бібліогр.: с. 106.
18. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия. Практикум.: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 192с.
19. Экономика предприятия: Учеб. пособие / М.С.Мокий, Л.Г.Скамай, М.И.Трубочкина/ Под. ред. проф. М.Г. Лапусты. – М.:ИНФРА-М, 2000. – 264с. – (Серия «Вопрос-ответ»).
20. Економіка підприємства: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. диск. / Г.О. Швиданенко, С.Ф. Покропивний, С.М. Клименко та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 248с.
21. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / С.Ф. Покропивний, Г.О. Швиданенко, О.С. Федонін та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000. – 328с.
22. Экономика предприятия: Задачи. Ситуации. Решения.: Учеб. пособие / С.Ф. Покропивный, Г.А. Швиданенко, А.С. Федонин и др.; Под ред. С.Ф. Покропивного. – К.: Знання-Прес, 2001. – 343с.
23. Економіка підприємства: Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів I–IV рівнів акредитації.– 2-е вид., виправ. і доп. /І.М.Бойчик, М.І.Харів, М.І.Хопчан, Ю.В.Піча.– К.: Каравела; Львів Новий світ, 2000, 2001. – 298 с.

Маркетинг

1. Балабанова Л.В. Маркетинг: підручник. К. : Знання-Прес, 2004. 645 с.
2. Белявцев М.І., Іваненко Л.М. Маркетинг: навчальний посібник. К. : Центр навч.літератури, 2005. 320 с.
3. Старостіна А.О., Гончарова Н.П., Крикавський Є.В. Маркетинг : підручник. Знання, 2009. 1070 с.
4. Маркетинг: бакалаврський курс: навчальний посібник / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.

5. Новітній маркетинг : навчальний посібник / за ред. Є.В. Савельєва. К. : Знання, 2008. 420с.
6. Маркетинг : підручник / за ред.-упоряд. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. К. : Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.
7. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг : підручник. К. : КНЕУ. 2008. 246 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой. М. : ООО «Издательство АСТ», 2000. 272 с.
9. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент/ Пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. СПб : «Питер», 1999. 896 с.
10. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
11. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
12. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг : підручник. Львів: Інтелект-Захід, 2002. 244 с.

Додаткова література

1. Маркетинг : ситуаційні вправи (кейси) та практичні завдання. URL : <https://www.filepicker.io/>
2. Маркетингові технології економічного зростання : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2012. 376 с.
3. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.
4. Гончаров С.М., Кушнір Н.Б. Практикум з маркетингу. К. : Центр учбової літератури, 2012. 208 с.
5. Катаєв А.В. Маркетинг : навчальний посібник. Харків : видавничий центр «Діалог», 2016. 290 с.
6. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс. М. : Видавничий дім «Вільямс», 2001. 608 с.
7. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні : проблеми становлення та розвитку. К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. 400 с.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Бібліотека імені В. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Освітній портал «Економіка. Соціологія. Менеджмент». URL : <http://www.ecsocman.edu.ru>
3. Український професійний журнал «Маркетинг і реклама». URL : <http://www.mrg.com.ua>
4. Журнал «Маркетинг в Україні». URL : <http://uam.in.ua/ukr/>
5. Українська асоціація маркетингу (УАМ). URL : <http://uam.in.ua/>

Голова фахової атестаційної комісії _____ Є.В. Мироненко

ПРИКЛАД ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ

ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Ректор ДДМА
В.Д. Ковальов
«_____» _____ 2020 р.

ступінь _____ «Бакалавр» _____

Спеціальність _____ 075 Маркетинг _____

Освітньо-професійна програма _____ Маркетинг _____

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

ТЕСТИ

(200 балів: 1-10 тести по 10 балів; 11-15 тести по 20 балів)

1. Грошова винагорода, яку сплачує організація робітникам за конкретно виконану роботу:

а) заробітна плата;

б) подяка ;

в) акція.

2. Обмін інформацією між двома і більше особами – це:

а) комунікаційний процес;

б) процес планування;

в) процес керівництва;

3. У функції відділу кадрів не входить:

а) добір, розстановка кадрів;

б) оцінка й атестація персоналу;

в) контроль за використанням матеріальних ресурсів.

4. Економісти, інженери та технологи відносяться до категорії:

а) керівники;

б) спеціалісти;

в) технічний персонал.

5. Заступнику директора з маркетингу підпорядковано відділ:

а) відділ маркетингових досліджень;

б) відділ головного енергетика;

в) відділ кадрів;

6. Знецінення грошей, зниження їхньої купівельної спроможності, це:

а) дефляція;

б) інфляція;

в) конвертування.

7. Здатність певного об'єкта або суб'єкта перевершити конкурентів у заданих умовах, це:

а) конкурентоспроможність;

б) кредитоспроможність;

в) купівельна спроможність.

8. Соціально-економічне явище, при якому частина економічно активного населення не має роботи й заробітку, це:

а) соціальна незахищеність;

б) безробіття;

в) правова незахищеність.

9. Надання майна господарем у тимчасове користування іншим особам на договірних умовах, за плату це:

а) лізинг;

б) кредит;

в) оренда.

10. Фінансова санкція за несвоєчасне виконання грошового зобов'язання це:

а) дотація;

б) овердрафт;

в) пеня.

11. Витрати фірми на виробництво 200 одиниць продукції склали 100000 грн. Підрахуйте середні витрати.

- а) 10000 грн.
- б) 20000 грн.
- в) 500 грн.

12. Припустимо, що у Вас є 100 доларів, які при розміщенні в банк забезпечували б Вам річний дохід в 10 доларів. Темп інфляції становить 15% на рік. Яка реальна ставка відсотка?

- а) – 5%;
- б) +5%;
- в) 115%.

13. Машина вартістю 600 тис. євро розрахована на фізичний знос протягом 10 років. Визначте розмір амортизаційного фонду через 2 роки після експлуатації машини.

- а) 120 тис. євро;
- б) 300 тис. євро;
- в) 60 тис. євро.

14. Доходи бюджету (податкові надходження склали 13 млрд. грн.), Державні витрати 10 млрд. грн., Трансфертні платежі (пенсії, субсидії) 4 млрд. грн. Розрахуйте розмір дефіциту бюджету:

- а) 5 млрд. грн.;
- б) 2 млрд. грн.;
- в) 1 млрд. грн.

15. Статутний капітал відкритого акціонерного товариства складається з 4000 простих і 50 привілейованих акцій номінальною вартістю по 100 гривень кожна. Визначте розмір статутного капіталу.

- а) 210000 грн.;
- б) 405000 грн.;
- в) 200000 грн.