

ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ



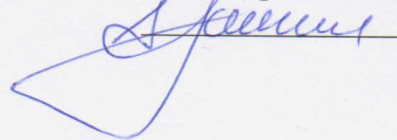
ПРОГРАМА ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

для вступу на навчання за ступенем магістра на базі диплому бакалавра,
спеціаліста, магістра

Спеціальність 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма Маркетинг

Голова фахової атестаційної комісії

 С.В. Мироненко

Краматорськ, 2021

I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

На навчання за ступенем «магістр» зі спеціальності 075 Маркетинг на конкурсній основі по особистій заяві приймаються особи, що успішно завершили навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр», «спеціаліст», «магістр» й отримали державний диплом бакалавра/спеціаліста/магістра або визнані у встановленому порядку еквівалентними дипломи іноземних держав.

Прийом на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 075 Маркетинг проводиться на конкурсній основі.

Вимоги до вступників:

1. Професійна освіта зі ступенем «бакалавр», «спеціаліст», «магістр».
2. Базові знання в області загального й функціонального маркетингу.
3. Мотивація на серйозне навчання й прагнення розвивати кар'єру в сфері маркетингу.

II ЗМІСТ ПРОГРАМИ

2.1 Вимоги до знань та вмінь абітурієнта

Для вступу на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» за спеціальністю 075 Маркетинг абітурієнти повинні пройти наступні вступні випробування:

1. Міждисциплінарний екзамен із загального й функціонального менеджменту за програмою, розробленою вузом на основі державних освітніх стандартів вищої професійної підготовки бакалаврів, спеціалістів, магістрів за відповідним напрямом. Проводиться в письмовому виді українською мовою.

По наступних дисциплінах випускник - бакалавр, випускник-спеціаліст, випускник-магістр вузу, який бажає навчатися за освітньо-професійним рівнем «магістр», повинний знати і вміти:

1. "Економічна теорія"

ЗНАТИ:

- основні поняття макроекономіки і правильно розуміти її вихідні принципи;
- основні інструменти сучасного макроекономічного аналізу;
- основні макроекономічні показники і принципи макроекономічного аналізу;
- сутність макроекономічної рівноваги і знати основні його моделі;
- основні інструменти сучасного мікроекономічного аналізу;

ВМІТИ:

- правильно застосовувати інструменти аналізу на практиці;
- грамотно описувати економічні процеси і приймати адекватні їм управлінські рішення.

2. "Основи менеджменту"

ЗНАТИ:

- розвиток менеджменту в минулому і сьогоденні;
- сутність і задачі теорії управління;
- наукові методи, принципи, функції управління;
- техніку і технологію управління;
- системний підхід до управління;
- основи оперативного і стратегічного управління організацією;
- мотивацію діяльності;
- конфліктність у менеджменті;
- фактори ефективності менеджменту;

ВМІТИ:

- уміло керувати виробничим процесом, приймати ефективні рішення у виробничих ситуаціях, що змінюються;
- моделювати складні управлінські процеси;
- оцінювати ступінь керованості систем;
- проектувати раціональні типи структур організацій;
- вибрати оптимальні типи стратегій бізнесу організації у визначених умовах.

3. "Економіка підприємства"

ЗНАТИ:

- задачі сучасного керівника підприємницького типу;
- вітчизняний і закордонний досвід підприємництва;
- основні поняття сучасного підприємництва;
- організаційно-правові норми комерційної діяльності;
- сутність товарної політики підприємства;
- види комерційних справ;
- чинне законодавство;

ВМІТИ:

- планувати підприємницьку діяльність;
- складати бізнес-план;
- визначати стратегію підприємства, оцінювати кон'юнктуру ринку;
- правильно сплачувати податки;
- складати типові форми господарських договорів.

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.

5. "Операційний менеджмент"

ЗНАТИ:

- основні риси і напрямки розвитку промислових підприємств України;
- складові структури СВМ та їх зміст;
- методологію прийняття раціональних управлінських рішень у виробництві;
- зміст і порядок розробки основних видів планів сучасного підприємства;
- основи формування технічної політики промислової фірми;
- принципи раціональної організації виробничого процесу;
- основні аспекти оперативного управління виробництвом;
- принципи і методи організації обслуговування виробництва;
- основні напрямки реалізації стратегії підприємства.

ВМІТИ:

- оперувати сучасними методами прийняття стратегічних і тактичних рішень, які в конкретних виробничих ситуаціях забезпечували б вибір найбільш ефективних шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції;
- здійснювати оперативне управління виробництвом;
- реалізувати в конкретних умовах стратегію управління підприємством.

6. «Мікроекономіка»

ЗНАТИ:

- механізм взаємодії попиту і пропозиції;
- сталість і порушення ринкової рівноваги;

- основні концепції теорії споживчого вибору;
- базові поняття теорії виробництва;
- теорією витрат виробництва;
- характеристики поведінки фірми за умов різних ринкових структур;
- закономірності формування цін на ресурси та їх використання на окремих факторних ринках.

ВМІТИ:

- зробити комплексний аналіз попиту та пропозиції, знайти коефіцієнти еластичності;
- знаходити оптимальний набір товарів на базі вивчення споживчого попиту;
- розглядати проблеми оптимізації виробничих витрат за допомогою виробничих функцій;
- досліджувати поведінку фірм в умовах різних ринкових структур;
- проводити мікроекономічний аналіз фірм на ринку факторів виробництва.

7. «Макроекономіка»

ЗНАТИ:

- суть макроекономічних категорій;
- зміст основних законів та принципів сучасної ринкової економіки;
- методи та засоби впливу держави на стан економіки;
- показники, що характеризують ефективність функціонування економічної системи.

ВМІТИ:

- визначати основні макроекономічні сфери;
- розуміти проблему ефективного використання обмежених економічних ресурсів на рівні національної економіки і шляхів досягнення максимальних кінцевих результатів щодо задоволення людських потреб, які невинно зростають;
- розкрити закономірності розвитку сучасної ринкової (змішаної) економіки;
- з'ясувати механізм функціонування економічної системи та дії основних економічних законів у процесі господарської діяльності;
- обґрунтувати необхідність державного втручання в економіку;
- обчислити основні макроекономічні показники для визначення рівня економічного розвитку країни та здійснення міжнародних порівнянь.

**Питання для підготовки
до комплексного вступного іспиту**

Операційний менеджмент

1. Операційний менеджмент та операційна функція. Операції як види діяльності
2. Класифікація систем операцій за характером матеріальних потоків
3. Операційна стратегія фірми: сутність, вплив на її вибір корпоративних та ринкових факторів. Узгодження операційної та ринкової стратегій
4. Структура і зміст системи виробничого менеджменту (СВМ). Складові цільової та забезпечувальної підсистем
5. Компоненти функціональної та керуючої підсистем СВМ
6. Технологія прийняття управлінських рішень у виробничій сфері
7. Прогнозування й обґрунтування управлінських рішень в СВМ. Адміністративні та соціально-психологічні методи, що використовуються для прийняття і реалізації управлінських рішень
8. Економічні та балансові методи, що стосуються операційного менеджменту. Сіткове планування і управління в СВМ

9. Загальні принципи планування діяльності промислового підприємства. Формування ринкової стратегії підприємства
10. Бізнес-планування діяльності підприємства
11. Нормування ресурсів
12. Проектування продукту та розробка послуги
13. Планування виробничих потужностей
14. Формування технічної та соціальної політики підприємства
15. Організація підготовки виробництва нової продукції
16. Характеристика виробничого процесу. Типи виробництва
17. Принципи раціональної організації виробничого процесу. Автоматизація виробничого процесу
18. Організація виробничого процесу в просторі. Виробнича та організаційна структури підприємства і фактори їх розвитку
19. Управління запасами. Системи управління запасами та її вибір для конкретного виробництва
20. Комплекс робіт з оперативного управління виробництвом. Оперативно-календарне планування, змінно-добове завдання для підрозділів і окремих робочих місць. Контроль і регулювання ходу виробництва
21. Сутність та впровадження в виробництво системи “точно-вчасно”. Система “кайзер”
22. Якість з позицій операційного менеджменту. Якість розробки, відповідності, виробництва. Ціна якості
23. Контроль і управління якістю
24. Підходи до технічного обслуговування виробництва. Організація технічного обслуговування

Основи менеджменту

1. Зміст понять “управління” та “менеджмент”.
2. Основні концепції методології наукового управління.
3. Зміст менеджменту.
4. Сутність, цілі та завдання внутрішньфірмового 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 внутрішньо фірмовий розрахунок и як найважливі 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.
41. Організація виробництва у сучасних умовах.
42. Сутність, цілі та завдання управління розвитком виробництва фірми.
43. Складові управління розвитком виробництва фірми.
44. Управління сучасним виробництвом як засіб забезпечення функціонування операційної системи. Планування випуску продукції.
45. Оперативне управління виробництвом.
46. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.
47. Методи прийняття управлінських рішень
48. Суб'єкти, засоби та методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
49. Нововведення як об'єкт інноваційного менеджменту. Цілі та етапи процесу інновації.
50. Маркетинг як початковий етап внутрішньофірмового планування.
51. Процес планування в сучасній фірмі.
52. Типи внутрішньо фірмового планування.
53. Система планів фірми та їх взаємозв'язок.
54. Поняття та модель стратегічного планування.
55. Сутність та завдання економічної стратегії фірми
56. Види стратегій, що розроблюються промисловими фірмами.
57. Поняття організації взаємодії як функції менеджменту.
58. Організаційна структура управління фірмою та особливості її формування в сучасних умовах.
59. Характеристика основних організаційних структур керування. Перспективи їх розвитку.
60. Зміст централізованої та децентралізованої форм управління.

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 «5P»). 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.
- 31 Економічна сутність основних фондів підприємства.
- 32 Облік та оцінка основних виробничих фондів.
- 33 Види оцінки основних фондів.
- 34 Показники використання основних виробничих фондів.
- 35 Показники, що характеризують технічний стан основних виробничих фондів.
- 36 Узагальнюючі показники, характеризуючи використання основних виробничих фондів.
- 37 Приватні показники, характеризуючи використання основних виробничих фондів.
- 38 Знос основних фондів підприємства.
- 39 Амортизація основних виробничих фондів підприємства.
- 40 Податкові методи амортизації.
- 41 Бухгалтерські методи амортизації.
- 42 Шляхи підвищення ефективності використання основних виробничих фондів підприємства.
- 43 Сутність, склад і класифікація обігових засобів.
- 44 Круговорот обігових засобів.
- 45 Нормування витрат сировини і матеріалів.
- 46 Нормування обігових засобів.

- 47 Нормування обігових засобів у виробничих запасах.
- 48 Нормування обігових засобів у незавершеному виробництві.
- 49 Нормування обігових засобів в запасах готової продукції.
- 50 Показники використання обігових засобів на підприємстві.
- 51 Класифікація і структура кадрів.
- 52 Визначення чисельності працюючих.
- 53 Економічна сутність оплати праці.
- 54 Форми та системи оплати праці.
- 55 Тарифна система оплати праці.
- 56 Відрядна система оплати праці.
- 57 Погодинна система оплати праці.
- 58 Безтарифна система оплати праці.
- 59 Продуктивність праці, трудомісткість, виробка.
- 60 Баланс робочого часу. Нормування праці.
- 61 Класифікація витрат.
- 62 Калькуляція собівартості в цілях економічного планування.
- 63 Калькуляція собівартості відповідно до бухгалтерських стандартів.
- 64 Способи віднесення витрат на продукт.
- 65 Закордонний досвід обліку витрат в умовах ринку.
- 66 Роль цін у керуванні підприємством.
- 67 Цінові стратегії.
- 68 Цінова система. Види цін, їх класифікація.
- 69 Ціноутворення. Методи ціноутворення.
- 70 Витратні методи ціноутворення;
- 71 Параметричні методи ціноутворення;
- 72 Порядок формування роздрібною ціни.
- 73 Витратні методи ціноутворення.
- 74 Параметричні методи ціноутворення.
- 75 Прибуток – утворення і використання.
- 76 Порядок утворення чистого прибутку.
- 77 Рентабельність підприємства.

Макроекономіка

1. Методи макроекономічних досліджень. Макроекономічне моделювання.
2. ВВП (ВВП): економічний зміст та методи розрахунку.
3. Похідні від ВВП (ВВП) макроекономічні показники: економічний зміст та вимірювання.
4. Номінальний та реальний ВВП (ВВП). Дефлятор та індекс споживчих цін.
5. Система національних рахунків (СНР) як міжнародний стандарт макроекономічного рахівництва. Зміст окремих рахунків і тотожностей у СНР.
6. Сукупний попит: зміст, цінові та нецінові фактори. Крива AD.
7. Сукупна пропозиція: зміст, цінові та нецінові фактори. Крива AS.
8. Модель AD-AS як прояв взаємодії сукупного попиту та сукупної пропозиції.
9. Довгострокова та короткострокова макроекономічна рівновага. Ефект храповика.
10. Споживання та заощадження в моделі макрорівноваги.
11. Сутність інвестицій та їх значення для економіки. Інвестиції та заощадження.
12. Автономні інвестиції..
13. Мультиплікатор інвестицій. Рецесійний та інфляційний розриви.
14. Індуційовані інвестиції. Модель акселератора.
15. Національний ринок та його структура.
16. Модель Дж. М. Кейнса ("витрати-випуск") . Модель IS.

17. Грошова маса: зміст та структура.
18. Пропозиція грошей. Грошовий мультиплікатор.
19. Попит на гроші та мотиви попиту.
20. Ринок грошей. Модель LM.
21. Модель ринку праці. Зайнятість і безробіття як макроекономічні явища.
22. Чинники попиту і пропозиції на працю.
23. Умови рівноваги трьох ринків. Модель Хікса-Хансена.
24. Макроекономічна рівновага та економічні коливання. Промислові цикли та їх фази.
25. Види і причини циклічних коливань. Державне антициклічне регулювання.
26. Моделі економічних коливань.
27. Суть інфляції, її причини та види. Вимірювання інфляції.
28. Соціально-економічні наслідки інфляції та антиінфляційні заходи держави.
29. Безробіття як порушення рівноваги на ринку праці, його види та вимірювання.
30. Втрати від безробіття. Закон А. Оукена.
31. Державна політика регулювання зайнятості. Крива Філіпса.
32. Економічне зростання та економічний розвиток. Типи, джерела, фактори.
33. Кейнсіанські моделі економічного зростання Є. Домара та Р. Харрода.
34. Неокласична модель економічного зростання Р. Солоу.
35. Економічна роль держави, функції та причини втручання в економіку.
36. Напрямки державного регулювання економіки.
37. Види, цілі та інструменти макроекономічної політики.
38. Зміст та структура грошово-кредитної системи.
39. Структура банківської системи. Функції Центрального та комерційних банків.
40. Зміст монетарної політики. Класифікація інструментів монетарної політики.
41. Види фіскальної політики: автоматична та дискреційна.
42. Інструменти фіскальної політики. Структура державних витрат.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Основна література

Операційний менеджмент

- 1 Про підприємства в Україні : Закон України / Відомості Верховної Ради України.- 1991.- №20
- 2 Хомяков В.І. Менеджмент підприємств: Навчальний посібник .-2-ге вид., переробл. і доп.-К.: Кондор, 2005 .-434
- 3 Сачко Н.С. Организация и оперативное управление машиностроительным производством: Учебник .-2-е изд., стер.-Минск: Новое знание, 2006 .-636
- 3 Коваленко Г. А. Конспект лекцій по курсу “Менеджмент” [для студентів інженерно – економічних спеціальностей ВУЗів і слухачей системи виробничо – економічного навчання кадрів промислового підприємства). Краматорск : ДГМА – НКМЗ, 2000.
- 4 Козловский В. А., Маркина Т. В., Макаров В. М. Производственный и операционный менеджмент. Практикум. – СПб : «Специальная литература», 1998.
- 5 Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент : Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.

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. Основы менеджменту: Підручник. - К.: Каравела, 2005. - 496
- 4 Темплар Ричард Библия менеджера / Пер. с англ. - Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005
- 5 Пушкар Р.М., Тарнавська Н.П. Менеджмент : теорія та практика. - Тернопіль: Карт-бланш, 2005. - 486
- 6 Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. - К.: Знання, 2004. - 687
- 7 Конспект лекцій по курсу "Менеджмент". Сост.: Г.А. Коваленко. Краматорск, ДГМА-НКМЗ, 2000г.
- 8 Основы менеджмента. Мескон М. и др. М.: Дело ЛТД, 1998 г.
- 9 Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Практикум по курсу менеджмента. М.: Зерцало, 1998г.
- 10 Основы менеджменту. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Е. Львів: Світ, 1995г.
- 11 Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник для экон. спец. вузов. М.: Высшая школа, 1994г.
- 12 Веснин В.Р. Основы менеджмента: учебное пособие. М.: ГНОН-пресс, 1999г.
- 13 Герчикова И.Н. Менеджмент. Практикум: учебное пособие. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998г.
- 14 Уткин Э.А. Курс менеджмента: учебник для вузов. М.: Зерцало, 1998г.
- 15 Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Практикум по курсу менеджмента/ Тематический сборник проблемных вопросов, ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов. М.: Зерцало, 1999г.

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. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. СПб : Издательство «Питер», 1999. 896 с.
4. Старостіна А.О., Гончарова Н.П., Крикавський Є.В. Маркетинг : підручник. Знання, 2009. 1070 с.
5. Маркетинг: бакалаврський курс: навчальний посібник / за ред. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.
6. Новітній маркетинг : навчальний посібник / за ред. Є.В. Савельєва. К. : Знання, 2008. 420с.
7. 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.
8. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг : підручник. К. : КНЕУ. 2008. 246 с.
9. 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.
10. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент/ Пер. с англ. под ред. О. А. Третьяк, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. СПб : «Питер», 1999. 896 с.
11. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
12. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
13. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг : підручник. Львів: Інтеллект-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.mr.com.ua>
4. Журнал «Маркетинг в Україні». URL : <http://uam.in.ua/ukr/>
5. Українська асоціація маркетингу (УАМ). URL : <http://uam.in.ua/>

Економіка підприємства

1. 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.
2. Зайцев Н.Л. Экономика организации. – М.: Экзамен, 2000. – 768с.
3. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – 2–ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 528с., іл.
4. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия.: Учебник. – 3–е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА–М, 2000. – 358с. – (серия «Высшее образование»)
5. Экономический справочник руководителя предприятия / Сост.: С.В. Рыжиков, В.Г. Золотоголов, В.С. Рыжиков. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 320с.
6. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия. Практикум.: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА–М, 2001. – 192с.
7. 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»).
8. Економіка підприємства: Навч.–метод. посібник для самост. вивч. диск. / Г.О. Швиданенко, С.Ф. Покропивний, С.М. Клименко та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 248с.
9. 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.
10. 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.
11. 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.

- 12 Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации: Учеб пособие для вузов / Под ред. В.А. Швандара. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 20001. – 254 с.
- 13 Управленческий учет: Учебник для вузов. / Т.П. Карпова. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 350 с.
- 14 Управленческий учет: Учебное пособие / Под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ИД ФБК–ПРЕСС, 2000. –512 с. (Серия «Академия бухгалтера и менеджера»).
- 15 Бухгалтерський управлінський облік: Навчальний посібник / Ф.Ф. Бутинець, Л.В. Чижевські, Н.В. Герасимчук. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 448 с.
- 16 Анализ финансового состояния предприятия / А.И. Ковалев В.П.Привалов. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000.–с.110.

Макроекономіка

1. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 4-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 743 с.
2. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Баластрик Л.О. Макроекономіка: практикум: навч. посіб. / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик; за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: Знання, 2010. – 550 с.
3. Базилевич В.Д., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, доп. - К.: Атіка, 2009. – 368с.
4. Базилевич В.Д., Базилевич К.С. Ринкова економіка: основні поняття і категорії. - К.: Знання, 2008. - 263 с.
5. Гальчинський А. Теорія грошей. Навчально-методичний посібник. - К.: Основи, 2011. – 411 с.
6. Дорнбуш Р., Фишер С. Макроэкономика / Пер. с англ.– М.: Изд-во МГУ: ИНФРА-М, 2007.– 784 с.
7. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В.Д.Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с.
8. Єщенко П.С., Кваснюк Б.Є., Бірюков О.А. Нова модель держави. – Слов'янськ. 2012. – 194 с.
9. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 2008.
10. Манків Г. Макроекономіка. Підручник для ВНЗ. Пер. з англ. – К. : Основи 2010. – 588 с.
11. Панчишин С.М. Макроекономіка: Навч. посіб. для студентів ВНЗ. – 2-ге вид., стер. - К.: Либідь, 2012. - 616 с.
12. Податкова політика України: стан, проблеми, перспективи: Монографія. – За ред. З.С.Варналія. - К.: Заня України, 2008. – 675 с.
13. Радіонова І.Ф. Макроекономіка: теорія та політика: Підручник. – К.: Таксон, 2014. – 348 с.
14. Самюелсон П.Л., Нордгауз В.Д. Макроекономіка: Пер. з англ. – К.: Основи, 2015. – 573 с.

Голова фахової атестаційної комісії _____Є.В.Мироненко

Ступінь _____ Магістр _____

Спеціальність _____ 075 Маркетинг _____

ОПП _____ Маркетинг _____

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

І ЧАСТИНА

1.1 Що з переліченого нижче не відноситься до сфер управління:

- 1) розробка цілей діяльності підприємства;
- 2) розробка технологічної документації на продукцію;
- 3) прийняття управлінських рішень;

.....

1.0 Місткість ринку будь-якого товару виражається:

- 1) Як у грошових, так і у натуральних одиницях.
- 2) Лише у грошових одиницях.
- 3) Лише в натуральних одиницях.

ІІ ЧАСТИНА

Перед керівництвом фірми стоїть альтернатива: поширити випуск виробів А або Б. При високому попиті на виріб А (80% випадків) його можна реалізувати на суму 5 тис. у.о., а при низькому попиті (20% випадків) – на суму 0,8 тис. у.о. При високому попиті на виріб Б (70% випадків) – на суму 6 тис. у.о., а при низькому (30%) – 1,5 тис. у.о. Яке рішення повинно прийняти керівництво?

- 1) Поширити випуск виробів А
- 2) Поширити випуск виробів Б
- 3) Нічого не робити

.....

5. Внутрішнє середовище організації – це:

- 1) це набір реально існуючих явищ і процесів, які прямо або непрямо впливають на діяльність організації, на рівень невизначеності і ризику при прийнятті управлінських рішень
- 2) виражені словесно образ і призначення організації в довгостроковому періоді
- 3) це сукупність взаємопов'язаних внутрішніх змінних, що характеризують ситуацію всередині організації і впливають на її керованість

Голова фахової атестаційної комісії

_____ С.В.Мироненко _____

(підпис)

(ініціали та прізвище)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Ректор ДДМА
_____ В.Д. Ковальов
« _____ » _____ 2021 р.

Ступінь _____ Магістр _____
Спеціальність _____ 075 Маркетинг _____
ОПП _____ Маркетинг _____

**ДОДАТКОВЕ ВСТУПНЕ ВИПРОБУВАННЯ
ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1**

1. СУЧАСНИЙ ЕТАП МЕНЕДЖМЕНТУ – це:

- 1) менеджмент бізнесу;
- 2) менеджмент людських ресурсів;
- 3) ділове адміністрування.

.....

8 СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ – це:

- 1) угруповання підприємств сфери виробництва за їх розміром;
- 2) виділення квоти покупок на міжнародному ринку;
- 3) розподіл потенційних споживачів на групи на основі відмінностей у їх потребах, характеристиках та поведінці.

Голова фахової атестаційної комісії

_____ С.В.Мироненко _____
(підпис) (ініціали та прізвище)