

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування

Кафедра Менеджменту та міжнародних економічних відносин

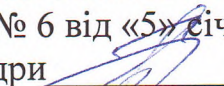
ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова Приймальної комісії
В. П. Казарін

«26» 02 2021 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН

для проведення фахового випробування для вступу на навчання за ступенем «магістр» спеціальності: 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності») на основі освітнього ступеня «бакалавр», «магістр» та ОКР «спеціаліст»

УХВАЛЕНО:

на засіданні кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин
Протокол № 6 від «5» січня 2021 р.
Зав. кафедри  П.І. Безус

Київ – 2021

Програма фахового випробування за ступенем «магістр» галузі знань: «Управління та адміністрування» (07) спеціальності: 073 «Менеджмент» (освітня програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності») на основі освітнього ступеня «бакалавр», «магістр» та ОКР «спеціаліст» – К.: ТНУ імені В. І. Вернадського, 2021. - 19 с.

Укладачі:

Іваненко Валентина Василівна - к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин.

Пазиніч Ольга Валентинівна - к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин.

Бакаєва Ірина Георгіївна - к.е.н., професор кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин.

Рецензенти:

Філіпенко Антон Сергійович - д.е.н., професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Тараса Шевченка

Розглянуто та ухвалено на засіданні Вченої Ради Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, протокол № 7 від «26» лютого 2021 р.

ЗМІСТ

1. Загальні положення.....	4
2. Організаційно-методичні рекомендації.....	5
3. Перелік питань з окремих дисциплін для підготовки до вступних випробувань.....	6
4. Список літератури та інтернет-ресурси для підготовки до вступних випробувань.....	18

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Вступний екзамен на здобуття ступеня «магістр» зі спеціальності 073 «Менеджмент» (спеціалізація «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності») передбачає з'ясування рівня теоретичних знань та практичних навичок студентів, набутих в період навчання у ВНЗ за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, відповідність цих знань і навичок вимогам освітньо-кваліфікаційних характеристик.

Програма вступних випробувань включає перелік питань з нормативних дисциплін, які студенти, вивчали під час навчання за ступенем «бакалавр», освітньої програми 073 «Менеджмент», а саме: «Менеджмент», «Маркетинг», «ЗЕД підприємства», «Організація експортно-імпортової діяльності».

Під час підготовки до вступного екзамену рекомендується користуватися програмами курсів з менеджменту та необхідними нормативно-правовими документами, перелік яких наведено у списку рекомендованої літератури.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

На основі запропонованих питань зі згаданих дисциплін сформовано варіанти білетів комплексного екзамену, кожен з яких включає 50 тестових завдань. Із усіх представлених на кожен тест відповідей студент має обрати одну, яку він вважає вірною, кожне тестове завдання оцінюється в 4 бали. Неправильна відповідь балів не дає. Тобто загальна сума усіх тестів дає можливість отримати максимум 200 балів. Після закінчення екзамену, по кожному варіанту комісія визначає суму правильних відповідей по тестах.

Студент, який за сумою правильних відповідей набрав сто балів і вище (до двохсот), вважається таким, що склав екзамен. Тривалість екзамену академічні 2 години. Студент також забороняється користуватися будь-якими носіями інформації.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ОКРЕМИХ ДИСЦИПЛІН ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

Сутність, роль та методологічні основи менеджменту. Менеджмент як специфічна сфера людської діяльності. Система відносин в організації як предмет вивчення менеджменту. Менеджмент як система наукових знань. Менеджмент як мистецтво управління. Методи досліджень: діалектичний, конкретно-історичний, системний підхід; моделювання: вербальне, фізичне, аналогове, математичне; науковий, експертний, соціологічні методи: анкетування, інтерв'ювання, тестування.

Історія розвитку менеджменту. Передумови виникнення науки управління. Існуючі парадигми менеджменту. Класичні та неокласичні теорії менеджменту. Особливості формування сучасної моделі менеджменту в Україні.

Закони, закономірності та принципи менеджменту. Характеристика інтегрованих підходів до управління: процесний підхід; системний підхід; ситуаційний підхід. Закони і закономірності менеджменту. Сутність, природа та роль принципів менеджменту в досягненні мети організації. Класифікація принципів менеджменту. Взаємозв'язок між принципами менеджменту.

Функції та методи менеджменту. Поняття функцій менеджменту. Функції менеджменту як види управлінської діяльності. Особливості формування функцій менеджменту. Класифікація і характеристика функцій менеджменту. Загальні (основні), конкретні (спеціальні) функції менеджменту. Динамічний взаємозв'язок конкретних і загальних функцій. Механізм реалізації конкретних функцій менеджменту на засадах використання загальних. Сутність та класифікація методів менеджменту. Методи менеджменту як сукупність способів впливу керуючої системи управління на керувану. Методи менеджменту як результат виконання функцій менеджменту. Економічні методи менеджменту. Адміністративні методи менеджменту. Соціально-психологічні методи менеджменту. Механізм взаємодії методів, принципів та функцій менеджменту.

Процес управління. Процес управління як сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих функцій, методів, управлінських рішень та інших категорій менеджменту. Мета управлінського процесу, його учасники, предмет, засоби здійснення. Управлінський цикл. Управлінські процедури: цільовизначення, інформаційне забезпечення, аналітична діяльність, вибір варіанту дій, реалізація рішення, зворотний зв'язок. Особливості процесу управління: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, надійність. Управлінське рішення як результат управлінської діяльності. Класифікація управлінських рішень. Умови прийняття управлінських рішень. Фактори, що впливають на процес прийняття управлінських рішень.

Моделі прийняття управлінських рішень. Взаємозалежність рішень. Підходи до прийняття рішень. Різновиди технологій прийняття рішень. Якість управлінських рішень. Класифікація методів обґрунтування та прийняття управлінських рішень.

Планування як загальна функція менеджменту. Сутність і зміст планування як функції менеджменту, його види та їхній взаємозв'язок. Основні елементи системи планування. Етапи процесу планування. Політика, правила процедури. Класифікація цілей організації. Процес постановки цілей.

Організування як загальна функція менеджменту. Сутність функції організування та її місце в системі управління. Поняття та складові організаційної діяльності. Повноваження, обов'язки, відповідальність. Процес делегування повноважень і відповідальності. Типи повноважень: лінійні, функціональні. Вертикальна та горизонтальна структуризація управління. Скалярний процес. Вертикальна координація: прямий контроль, стандартизація. Горизонтальна координація: взаємні комунікації, тимчасові робочі групи, комісії. Департаменталізація. Взаємодія структур організації.

Мотивування як загальна функція менеджменту. Значення людського фактора в управлінні організацією. Психологічні та фізіологічні особливості працівника. Поняття мотивування. Принципи врахування інтересів у мотивації. Взаємозв'язок потреб, спонукань, цілей і винагород працівника в процесі мотивування. Теорії і моделі процесів мотивування: змістовний і процесний підходи. Зіставлення теорій мотивування. Засоби мотиваційного впливу. Стимулювання праці: цілі, принципи, види, форми.

Контролювання як загальна функція менеджменту. Поняття контролювання та його місце в системі управління. Принципи і цілі функції контролювання. Етапи процесу контролювання: формування стандартів вимірювання, порівняння фактичного виконання зі стандартами, оцінка та регулювання. Модель процесу контролювання. Процес контролювання. Зворотний зв'язок під час контролю. Види управлінського контролювання.

Регулювання як загальна функція менеджменту. Поняття регулювання та його місце в системі управління. Види регулювання. Етапи процесу регулювання.

Інформація і комунікації в менеджменті. Інформація, її види та роль в менеджменті. Носії інформації. Класифікація інформації. Вимоги, що висуваються до інформації. Поняття і характеристика комунікацій. Різновиди «внутрішніх» та «зовнішніх» комунікацій. Перешкоди в комунікаціях. Зворотний зв'язок в процесі комунікації. Засоби комунікацій, їх переваги та недоліки. Комунікаційний процес, елементи та етапи процесу. Моделі комунікаційного процесу. Організація комунікаційного процесу. Комунікаційні переваги.

Керівництво та лідерство. Поняття та загальна характеристика керівництва. Керівництво як об'єднувальна функція менеджменту. Основні фактори та визначальні аспекти

керівництва. Основи керівництва: вплив, лідерство, влада. Адаптивне керівництво. Влада як елемент примушення. Форми впливу та влади. Теорії лідерства. Типологія лідерів. Поняття стилю керування та континууму стилів керування. Характеристика та класифікація стилів керування. Фактори та передумови формування стилів керівництва. Критерії оцінки стилю менеджера. Загальна характеристика моделі сучасного менеджера.

Ефективність менеджменту. Видова класифікація ефективності організації: індивідуальна, групова, загально-організаційна. Особливості оцінки різновидів ефективності. Концепції визначення ефективності менеджменту в організації. Підходи до оцінки ефективності менеджменту в організації. Економічна, організаційна та соціальна ефективність менеджменту. Системи показників економічної, організаційної та соціальної ефективності менеджменту, їх склад і методи визначення. Напрями підвищення ефективності управління організацією. Сутність та різновиди відповідальності та етики у менеджменті. Соціальна відповідальність як добровільна реакція на соціальні проблеми суспільства з боку організації. Сутність та значення соціальної поведінки менеджменту. Культура менеджменту.

“ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА”

Зовнішньоекономічна діяльність та її роль у розвитку національної економіки. Характеристика категорій зовнішньоекономічної сфери та їх взаємозв'язки. Основні види і форми зовнішньоекономічної діяльності. Причини і передумови розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Поняття об'єктів та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Право на здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Основні напрями і показники розвитку зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Зовнішньоекономічна політика держави. Сучасні концептуальні підходи до формування зовнішньоекономічної політики України. Основні етапи розвитку ЗЕД в Україні. Аналіз та оцінка сучасного стану ЗЕД України. Платіжний баланс України, його структура та характеристика.

Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Характеристика системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності: принципи, цілі, методи. Еволюція системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Національне та наднаціональне регулювання ЗЕД. Характеристика органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та їх компетенції. Органи місцевого самоврядування та регіональний аспект регулювання ЗЕД. Недержавні органи регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Сутність митного регулювання ЗЕД. Принципи митного регулювання. Митні органи України. Види і методи

здійснення митного контролю. Характеристика митних режимів. Товарна номенклатура ЗЕД. Порядок митного оформлення товарів. Декларування товарів. Митна вартість та методи її визначення. Мета застосування правил інтерпретації міжнародних торговельних термінів «Incoterms 2010». Мито як інструмент економічного регулювання.

Загальнодержавні податки у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Види та функції податків у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Сутність та порядок нарахування митних податків у сфері ЗЕД. Особливості оподаткування залежно від митного режиму. Порядок відшкодування ПДВ при експорті. Особливості оподаткування імпорту послуг.

Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Нетарифні засоби регулювання, їх класифікація і характеристика. Механізм впливу нетарифних засобів регулювання на економіку країни. Інструменти нетарифного регулювання. Види та способи розподілу ліцензій. Механізм оформлення документів для отримання ліцензій. Фінансові засоби нетарифного регулювання. Антидемпінгові заходи. Сертифікація, стандартизація, технічні бар'єри, вимоги щодо вмісту місцевих компонентів, вимоги щодо упакування та маркування товарів. Сутність політики державних закупівель.

Валютне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Сутність, основні принципи та інструменти валютного регулювання. Поняття валютної політики держави та її складові. Об'єкти та суб'єкти валютного регулювання. Валюта, валютний курс, валютні цінності. Порядок придбання і використання валюти, здійснення розрахунків в іноземній валюті. Система валютного контролю. Види валютних операцій. Обмеження щодо перевезення та пересилання валютних цінностей. Українська міжбанківська валютна біржа та її функції. Механізм проведення торгів іноземною валютою.

Міжнародні розрахунки і банківське обслуговування зовнішньоекономічної діяльності. Сутність міжнародних розрахунків та необхідність банківського обслуговування у сфері ЗЕД. Форми розрахунків. Види і засоби платежу. Основні види банківських послуг у сфері ЗЕД. Документальне оформлення банківських операцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Кореспондентські відносини у сфері ЗЕД. Форми кредитування експортерів та імпортерів. Платіжні системи: SWIFT, CHIPS. TARGET. Система клірингу. Оцінка надійності та вибір комерційних банків суб'єктами ЗЕД.

Форми виходу підприємств на зовнішні ринки. Передумови і мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішні ринки. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки. Прямий і непрямий експорт. Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування. Умови функціонування підприємств на зовнішніх ринках. Вивчення й аналіз умов ринку. Дослідження потенційних можливостей фірми при виході на зовнішні ринки.

Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства.

Зовнішньоторговельна ціна: сутність поняття, функції, класифікація зовнішньоторговельних цін. Цінова політика підприємства, обґрунтування зовнішньоторговельних цін. Фактори ціноутворення в ЗЕД. Принципи визначення світових цін. Трансфертні ціни. Ціноутворення в електронній торгівлі. Специфіка формування цін на сировинні товари, готові вироби. Етапи формуванню контрактної ціни.

Торговельно-посередницька діяльність на зовнішньому ринку. Сутність та види посередницької діяльності. Характеристика посередників за обсягом повноважень та за місцем, що вони посідають на зовнішніх ринках. Угоди комісії, їх особливості. Угоди консигнації. Торгові агенти, агенти повірені. Дистриб'ютори, дилери, їх місце на ринку. Прості агенти, агенти з правом «першої руки», монопольні (ексклюзивні) агенти. Регулювання посередницьких операцій в Україні.

Компенсаційна торгівля у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Сутність та особливості компенсаційних угод. Класифікація угод зустрічної торгівлі. Операції натурального обміну. Операції, які передбачають участь продавця в реалізації товарів, запропонованих покупцем. Комерційна компенсація, зустрічні закупівлі, авансові закупівлі, угоди типу «світч», угоди типу «офсет», рамочні угоди, угоди позитивної зустрічної торгівлі, угоди щодо зворотного експорту, програми пов'язання імпорту та експорту і обов'язки, які передбачають участь інвестора в експорті товарів країни-імпортера. Операції в рамках промислового співробітництва. Співробітництво на комерційній основі, виробнича кооперація, франчайзинг, операції з давальницькою сировиною.

Структура і зміст зовнішньоекономічних контрактів. Умови контракту: обов'язкові та додаткові. Зміст і характеристика основних умов контракту. Преамбула. Предмет контракту. Кількість та якість товару в контракті. Базисні умови поставки. Термін і дата постачання. Пакування і маркування. Валютні та фінансові умови зовнішньоекономічних контрактів. Валюта ціни і валюта платежу. Умови перерахунку валюти ціни у валюту платежу. Гарантії на технічне обслуговування. Порядок приймання товару. Рекламациї і санкції. Арбітраж. Форс-мажорні обставини. Інші умови.

Економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економічний аналіз у сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Аналіз виконання зобов'язань з експортно-імпортних операцій. Аналіз динаміки зовнішньоекономічної діяльності. Аналіз раціональності використання коштів у зовнішній торгівлі. Визначення та оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Вплив зовнішньоекономічної діяльності підприємства на його фінансові результати.

Ризики у зовнішньоекономічній діяльності та їх страхування. Сутність та класифікація ризиків ЗЕД. Методи страхування ризиків у ЗЕД. Особливості самострахування. Страхування вантажів у ЗЕД.

Транспортне обслуговування зовнішньоекономічної діяльності. Способи транспортного страхування. Сутність та система регулювання міжнародних перевезень. Організація міжнародних перевезень. Фактори, що впливають на вибір виду транспорту та показники ефективності транспортного обслуговування підприємств. Особливості міжнародних перевезень різними видами транспорту. Товарно-транспортна документація. Формування ціни на транспортні послуги. Експедиторське обслуговування міжнародних перевезень. Міжнародні транспортні коридори. Формування тарифів на перевезення різними видами транспорту.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств на території вільних економічних зон. Мета і завдання створення спеціальних економічних зон. Пільги, що надаються на території ВЕЗ. Класифікація та характеристика видів вільних економічних зон. Основні офшорні юрисдикції. Офшорні компанії. Цілі використання офшорних компаній та їх види. Співпраця офшорної та офшорної компанії. Діяльність офшорних банків. Регулювання співпраці українських резидентів з офшорними компаніями. Законодавчі обмеження щодо співпраці з офшорами.

«МАРКЕТИНГ»

Сутність маркетингу та розвиток його концепцій. Поняття маркетингу Історичні передумови виникнення маркетингу. Основні сучасні та класичні визначення маркетингу. Етапи розвитку маркетингу. Концепції маркетингу: товарна, збутова, ринкова, концепція соціально-етичного (соціально-відповідального маркетингу), маркетинг відносин. Консюмеризм - рух споживачів щодо захисту своїх прав. Міжнародна організація спілок споживачів (МОСС). Розподільчий, функціональний та управлінський аспекти маркетингу. Маркетинг як система управління, орієнтована на ринок. Маркетинг як діяльність на ринку. Маркетинг-мікс. Маркетинг як наука. Принципи та функції маркетингу. Маркетингова програма як механізм створення цінностей і зв'язків зі споживачами. Маркетинг як філософія бізнесу та управління.

Маркетинг як відкрита мобільна система. Маркетингове середовище: сутність, склад, характеристика. Визначення маркетингового середовища. Склад маркетингового середовища: макро- і мікросередовище. PEST-фактори та їх характеристика. Характеристика мікросередовища (фактори безпосереднього оточення: постачальники, покупці, конкуренти, маркетингові посередники, контактні аудиторії). Фактори внутрішнього середовища підприємства та їх характеристика. Основні етичні проблеми маркетингу. Соціальна відповідальність маркетингу. Цілі, завдання та види маркетингу, їх характеристика. Загальні та конкретні цілі маркетингу, їх характеристика. Ієрархія цілей маркетингу. Класичні завдання маркетингу. Завдання маркетингу залежно від стану попиту на ринку. Типи маркетингу залежно від сфер застосування. Типи маркетингу залежно від рівня використання. Види маркетингу залежно від цілей діяльності. Види маркетингу за територіальною ознакою.

Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень. Інформація, її сутність, вимоги до маркетингової інформації. Законодавство України про інформацію та програму інформатизації. Класифікація маркетингової інформації. Первинна і вторинна інформація: переваги та недоліки, що визначають доцільність її отримання та використання. Значення інформації у маркетинговій діяльності. Інформаційне забезпечення. Недоліки інформаційного забезпечення. Маркетингова інформаційна система (МІС), її склад та характеристика. Система внутрішньо-фірмової інформації. Система маркетингових спостережень. Маркетингові дослідження як основна складова формування банку даних МІС підприємства. Аналіз маркетингової інформації. Система обробки інформації: методи та процеси здійснення аналітичних і прогнозних розрахунків.

Сутність, види та методи маркетингових досліджень. Міжнародний процесуальний кодекс маркетингових і соціальних досліджень МТП та ЄСОМАР. Цілі, завдання та умови ефективності маркетингових досліджень. Види маркетингових досліджень залежно від методів отримання інформації, від мети досліджень, від напрямів досліджень, від суб'єктів досліджень, за призначенням та ін. Маркетинг як арсенал сучасних прийомів та методів ринкової діяльності. Використання загальнонаукових, аналітичних, прогностичних методів у маркетингу. Процес маркетингових досліджень: сутність і характеристика етапів. Зміст етапів проведення маркетингових досліджень.

Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів. Потреби і попит суб'єктів ринку: сутність, класифікація, вимірювання потреб, методи дослідження попиту. Потреби - вихідна ідея маркетингу. Визначення потреб. Стадії розвитку потреб та їх характеристика. Фактори, що впливають на потреби. Класифікація потреб за різними ознаками. Вимірювання потреб. Попит: сутність та умови виникнення. Взаємозв'язок та

відмінність попиту і потреб, класифікація попиту. Методи оцінки поточного попиту. Методи прогнозування попиту.

Моделювання поведінки покупців. Типи покупців, їх характеристика та особливості. Процес прийняття рішення щодо купівлі товарів виробничого та невиробничого призначення, вибору продукту. Особливості купівлі товарів виробничого призначення. Типи ситуацій під час здійснення закупівель для потреб підприємства. Основні фактори, що визначають процес прийняття рішення про купівлю. Етапи прийняття рішення щодо придбання продукції виробничого призначення. Фактори, що впливають на поведінку покупців. Етапи прийняття рішення про придбання споживчих товарів. Розгорнута модель поведінки покупців.

Сутність та ознаки сегментації ринку. Стратегії охоплення ринку. Мета та завдання сегментації. Процес сегментації ринку та його характеристика. Ознаки та фактори сегментації ринку. Критерії вибору цільового сегменту. Підходи до вибору ринку: масовий ринок, сегментація ринку, множинна сегментація ринку. Стратегії маркетингу щодо сегментації ринку: стратегія недиференційованого маркетингу, стратегія цільового маркетингу, стратегія диференційованого маркетингу, стратегія індивідуалізованого маркетингу. Чинники вибору стратегії сегментації. Підходи до здійснення типології споживачів. Типологія за факторами-детермінантами. Емпірична типологія на основі психографічного аналізу поведінки. Панельні дослідження як джерела інформації для розробки типології споживачів.

Товар у комплексі маркетингу. Товар та його характеристики при маркетинговому підході. Рівні товару. Цільові напрями в роботі з товаром. Об'єкт дослідження товарів. Класифікація товарів. Ієрархія товарів. Характеристика товарного асортименту (ширина, глибина, порівнюваність). Шляхи розширення асортименту: нарощування, насичення. Конкурентоспроможність товарів та методи її оцінки. Поняття конкурентоспроможності товару. Якість товару в системі маркетингу. Привабливість товару для споживача. Рівні якості товару, їх характеристика. Петля якості. Значення системи сертифікації товарів у підвищенні рівня їх якості ISO 9001:2000. Ціна споживання. Поняття конкурентоспроможності товару. Методи оцінки конкурентоспроможності товару. Система показників оцінки конкурентоспроможності товару. Позиціювання товару на ринку.

Концепція життєвого циклу товарів (ЖЦТ): сутність і характеристика етапів ЖЦТ. Поняття життєвого циклу товарів. Види та стадії життєвого циклу товарів і їх характеристика. Нові товари в маркетингу: сутність, типи нововведень, етапи розроблення нових товарів. Товарна марка, упаковка, сервіс у маркетингу. Товарна марка: поняття, типи, значення. Рішення щодо створення товарних марок. Законодавче забезпечення охорони прав на знаки для товарів і послуг. Функції та значення товарної марки. Упаковка товарів: поняття, види,

функції, фактори, які обумовлюють рішення відносно упаковки. Сервіс у комплексі маркетингу: види, завдання та значення системи сервісу.

Ціна у комплексі маркетингу. Ціна як елемент комплексу маркетингу. Етапи процесу встановлення ціни. Вплив на ціну факторів: споживачів, правового поля, учасників каналів товароруку, конкурентного середовища, витрат виробництва та реалізації товарів. Взаємозв'язок ціни з елементами комплексу маркетингу. Ціна як показник економічної цінності товару. Роль ціни у комплексі маркетингу. Цінові стратегії: поняття, види. Цінові стратегії на ринку нових товарів. Цінові стратегії на модернізовані товари. Стратегії формування цін на традиційну продукцію. Методи розрахунку рівня цін. Метод розрахунку цін на основі витрат. Метод математичного моделювання залежності цін від ринкових чинників. Параметричний метод. Метод формування цін з орієнтацією на попит. Метод розрахунку цін з орієнтацією на конкурентів. Методи ціноутворення на основі споживчої цінності товару.

Розповсюдження у комплексі маркетингу. Сутність, цілі, принципи, процес розповсюдження у системі маркетингу. Учасники товароруку та їх функції. Комплексний процес товароруку та його етапи. Чинники, які впливають на процес товароруку. Критерії вибору ефективної системи товароруку. Канали розповсюдження та їх характеристика. Структура та організація каналу товароруку. Маркетингові канали споживчих товарів і послуг. Маркетингові канали промислових каналів та послуг. Електронні маркетингові канали. Прямий та непрямий канали товароруку (нульовий, одно-, дво-, трирівневі). Вибір каналів товароруку.

Оптова торгівля у системі маркетингу. Функції оптової торгівлі. Форми оптової торгівлі: оптова діяльність виробників, комерційна оптова діяльність, агенти, брокери. Роздрібна торгівля та її функції у розповсюдженні. Множинні канали і стратегічні об'єднання. Вертикальні, горизонтальні та комбіновані системи розповсюдження. Мерчандайзинг: сутність і заходи. Мерчандайзинг - планування та здійснення діяльності щодо активізації продажу та створення зручностей для покупців. Маркетинговий логістичний підхід при організації розповсюдження товарів.

Комунікації у комплексі маркетингу. Поняття, функції, види маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, «паблісіті» (пропаганда), «паблік рилейшнз», персональний (особистий) продаж, прямий маркетинг. Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. Сутність реклами. Цілі, завдання, функції, види реклами. Елементи реклами як процесу: рекламодавці, рекламні організації підприємства, агентства, засоби реклами, аудиторія реклами. Законодавче поле комунікаційної діяльності. Оцінювання рекламної програми.

«Пабліситі» - сутність та форми. «Паблік рилейшнз»: сутність, значення та заходи. Стимулювання збуту: стосовно покупців, посередників, продавців, сутність та заходи здійснення. Методи визначення загального бюджету на маркетингові комунікації. Метод визначення «від наявних коштів». Метод визначення «у відсотках від суми продажу». Метод визначення «на підставі зростання (зниження) порівняно з витратами минулого періоду». Метод конкурентного паритету. Метод визначення «виходячи із цілей та завдань». Синтетичні маркетингові комунікації. Виставки та ярмарки: призначення та особливості проведення. Спонсорство: характерні риси, умови застосування.

Управління маркетинговою діяльністю. Цілі, завдання та функції управління маркетинговою діяльністю. Стратегічне і тактичне планування маркетинговою діяльністю. Організаційні структури управління. Принципи та умови ефективної діяльності служби маркетингу. Види маркетингових організаційних структур та їх характеристики. Особливості товарної, географічної, ринкової і матричної організаційних структур управління. Умови застосування оптимальних маркетингових структур управління. Організація маркетингового контролю

«ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Класифікація зовнішньоторговельних операцій (ЗТО). Поняття ЗТО. Ознаки ЗТО. Суб'єкти, об'єкти ЗТО. Класифікація суб'єктів ЗТО. Класифікація ЗТО за об'єктами торгівлі. ЗТО купівлі – продажу товарів. ЗТО купівлі – продажу послуг. ЗТО купівлі – продажу результатів творчої діяльності.

Етапи організації зовнішньоторговельних операцій. Процес організації зовнішньоторговельних операцій. Заходи усередині підприємства щодо організації зовнішньоторгової операції. Основні етапи організації зовнішньоторговельних операцій. Складові частини процесу підготовки зовнішньоторговельних операцій.

Маркетингове дослідження ринку. Маркетингове дослідження ринку як перший етап здійснення зовнішньоторгової операції. Складові частини маркетингового дослідження ринку. Прийняття рішення щодо доцільності виходу на зовнішній ринок.

Пошук, вибір та встановлення контакту із закордонним партнером. Мотиви вибору потенційних іноземних контрагентів та способу встановлення контактів з ними. Оферта, замовлення, запит, комерційні листи та інші способи встановлення контактів з закордонним партнером. Участь у ярмарках, виставках, організація рекламної компанії на зовнішньому ринку.

Зовнішньоторговельний контракт (ЗТК). Види зовнішньоторговельних договорів. Типові контракти та торгові звичаї. Зміст та особливості оформлення контрактів. Структура контракту. Методика його складання. Типові помилки при складанні зовнішньоторговельних контрактів.

Цінова політика на зовнішньому ринку. Аналіз та розрахунок контрактних цін.

Основні цінові стратегії на зовнішньому ринку. Способи розрахунків експортно-імпортних цін. Складові частини ціни: одиниця виміру ціни, валюта ціни, базис ціни, спосіб фіксації ціни, рівень ціни. Визначення оптимального рівня цін на товар. Поняття конкурентного листа та методика його складання.

Валютно-фінансові умови ЗТК. Поняття валютних та фінансових умов поставки товару. Валюта ціни та валюта платежу. Валютні застереження. Валютні ризики. Визначення форм, способів, засобів платежу. Вибір оптимальних платіжних умов.

Організація ЗТО за групами товарів. Класифікація товарів. Торгівля машинами та обладнанням. Торгівля сільськогосподарською сировиною та продовольством. Торгівля паливом, мінеральною сировиною та металами. Торгівля товарами народного споживання.

Організація товарообмінних операцій. Сутність товарообмінних операцій. Форми товарообміну. Особливості організації бартерних угод. Зустрвчні закупки. Комплектація імпортованого обладнання частинами та деталями виробництва країни - імпортера. Компенсаційні угоди. Операції з давальницькою сировиною.

Зовнішньоторговельні операції з надання послуг. Поняття послуги. Відмінність міжнародної торгівлі послугами. Проблеми регулювання торгівлі послугами з боку держави. Класифікація послуг. Факторні та не факторні послуги. Інжинірингові послуги. Банківські, юридичні, страхові та аудиторські послуги. Транспортні послуги. Місце України на світовому транспортному ринку. Туристичні послуги. Механізм ціноутворення на торгівлю послугами.

Організація факторингових та форфейтингових операцій. Економічна сутність операцій по переуступці права фінансових вимог, їх значення для розвитку зовнішньої торгівлі. Організація факторингових операцій. Особливості організації форфейтингових операцій.

Організація лізингових операцій. Економічна сутність лізингових та орендних угод. Класифікація лізингових угод. Особливості організації операцій з експортного, імпортного, транзитного, фінансового, оперативного лізингу. Особливості орендних та лізингових контрактів.

Структура та зміст міжнародних ліцензійних угод. Поняття ліцензії. Види ліцензій. Структура та зміст міжнародних ліцензійних угод. Сторони угод. Обов'язки ліцензіара та ліцензіата. Форми ліцензійних винагород.

Ефективність ЗТО. Поняття економічного ефекту та економічної ефективності ЗТО. Економічна ефективність експорту. Економічна ефективність імпорту. Економічна ефективність товарообміну.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

«МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Йохна М.А., Стадник В.В. Менеджмент. Вид. 2, виправлене. – К.: Академвидав, 2010, 472 с.
2. Кузьмін О.Є. Мельник О.Г., Петришин Н.Я. Менеджмент. - К.: Академвидав, 2012, 296 с.
3. Мазаракі А.А. Менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. / А.А. Мазаракі, Г.С. Мошек, Л.А. Гомба та ін. - К.: Атіка, 2007. - 564 с.
4. Менеджмент: Навч. посібник / Н.В. Дикань, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 389 с.
5. Панченко Є.Г. Менеджмент: Навчальні матеріали у схемах і формулах: навчальний посібник: 2-е вид., випр. і доп. – К.: Знання України, 2008. – 539 с. – 37 д.а.

«ЗЕД ПІДПРИЄМСТВА»

1. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” N 960-ХІІ (960-12) від 16.04.91, ВВР, 1991, N 29. В останній редакції N 1697-VII (1697-18) від 14.10.2014, ВВР, 2015, N 2-3, ст.12 }
2. Митний кодекс України № 44-45, № 46-47, № 48, ст.552, 2012. В останній редакції № 53 VIII від 25.12.2014, ВВР, 2015, № 4, ст.15 }.
3. Багрова І.В., Редіна Н.І. Зовнішньоекономічна діяльності підприємства. – К.: ЦНЛ, 2014 – 580 с.
4. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Підручник. — 3-тє видання, перероблене та доповнене. – К.: Центр учбової літератури, 2013.
5. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навч. посібник / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю. Сіваченка. — К.: ЦНЛ, 2013. — 792 с.
6. Єрмаченко В. Є. Облік і техніка зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. [для виш. навч. закл.] / В.С. Єрмаченко, С.В. Лабунська, О.Г. Малярєвська та ін. ; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ІНЖЕК, 2010. - 479 с.
7. Пономарьова Н. В. Митно-тарифне регулювання: навч. посіб. / Н.В. Пономарьова. Т.В. Столяр, О.В. Павленко та ін. ; МОН України ; Харк. нац. автомоб.-дор. ун-т. - Х. : ХНАДУ, 2010.- 199 с.

«МАРКЕТИНГ»

1. Закон України “Про рекламу” N 271/96-ВР від 03.07.96, ВВР, 1996, N 39, ст. 182. В останній редакції N 1322-VII (1322-18) від 05.06.2014, ВВР, 2014, N 30, ст.1010 }.
2. Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В., Котлер Ф. Основы маркетинга, 4-е европейское издание / Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг, Ф. Котлер. – М: ООО "ИД Вильямс", 2007. – 1200 с.
3. Бутенко Н. В. Маркетинг: Підручник. – К. : Атіка, 2008.

- 4.Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. - 5-те вид., допов. - К. : Лібра. 2007.-720 с.
- 5.Деділова Т.В. Основи маркетингу. - Конспект лекцій, Харків, 2011.
- 6.Маркетинг : підруч. [для студ. ВНЗ] / В. Руделіус та ін. ; ред.-упоряд. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. - 3-тє вид. - К. : Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2015. - 648 с.
- 7.Маркетинг : навчальний посібник / М.О. Турченко, М.Д. Швець, Т.С. Карпан ; Міністерство освіти і науки України, Національний університет водного господарства та природокористування. Рівне : НУВГП, 2015. - 292 с.

«ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

1. Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” N 960-ХІІ (960-12) від 16.04.91, ВВР, 1991, N 29. В останній редакції N 1697-VII (1697-18) від 14.10.2014, ВВР, 2015, N 2-3, ст.12 }
- 2.Митний кодекс України № 44-45, № 46-47, № 48, ст.552, 2012. В останній редакції № 53 VIII від 25.12.2014, ВВР, 2015, № 4, ст.15}.
- 3.Арабян М.С. Международные конвенции и соглашения по внешнеэкономической деятельности / М.С. Арабян, И.Г. Николаева. - М. : Экономисту 2009. - 1152 с.
- 4.Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності /3тє видання перероблене та доповнене: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 432 с.
- 5.Козик В.В. Зовнішньоекономічні операції і контракта : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Я.С. Карп'як та ін. - 2-е вид., переробл. і допов. — К. : Центр навч. л-ри, 2014. - 607 с.
- 6.Козак Ю.Г. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки. Навчальний посібник.(тверда)(збільшеного формату), 2010.- 646 с.
- 7.Мазаракі А.А Структурна переорієнтація зовнішньої торгівлі у системі факторів економічного зростання / А.А. Мазаракі, Т.М Мельник, Л.П. Кудирко та ін. ; за заг. ред. А.А.Мазаракі. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. - 630 с.
- 8.Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчальний посібник рекомендовано МОН України, 2013.- 408 с.
- 9.Incoterms 2010.

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ ПРОГРАМИ З ПІДГОТОВКИ ДО ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Студентом можуть бути використані будь-які інтернет-ресурси для підготовки до екзамену.