МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою
Національного аерокосмічного
університету ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
(назва вченої ради)
_____ О.В. Гайдачук

21 лютого 2018 р., протокол № 7

ПРОГРАМА
ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

для здобуття освітнього ступеня бакалавра
на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста
(нормативний термін навчання – на 3 курс)

зі спеціальності

_____075 «Маркетинг»_____
(код та найменування)
(освітня програма __Маркетинг___)
(найменування)

у 2018 році

Харків
2018

ВСТУП

Вступне випробування для здобуття освітнього ступеня бакалавра на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста за спеціальністю _____075 «Маркетинг»_____ _____ _____
(код та найменування)
(освітня програма _____Маркетинг_____ _____)
(найменування)
відбувається відповідно до «Правил прийому навчання до Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» у 2018 році» у формі індивідуального письмового фахового іспиту, який приймає екзаменаційна комісія з певної спеціальності (освітньої програми), склад якої затверджується наказом ректора Університету.

До фахового іспиту входять питання за темами:

- Економіка підприємства
- Економіка праці і соціально-трудові відносини
- Статистика
- Основи маркетингу

Перелік питань за темами наведений у програмі.

Критерії оцінювання знань

1 Результат фахового іспиту визначається за шкалою від 100 до 200 балів.

2. Вступні випробування відбуваються у виглядів тестів з відповідних тем, які генеруються за допомогою генератора випадкових чисел в кількості 25 тестів. Серед запропонованих вступнику слід обрати одну правильну. Правильна відповідь на завдання оцінюється у 4 бали, неправильна – у 0 балів.

3. Мінімальна кількість балів за вступне випробування, визначених за шкалою, зазначеною в п.1, з якими вступник допускається до участі у конкурсі, складає 120 балів.

1 Питання за темою _____Економіка підприємства_____

(найменування)

1. Основи підприємництва. Еволюція наукових теорій економіки підприємства моделі здійснення підприємницької діяльності. Ринкове середовище функціонування підприємств. Виробнича структура підприємства: поняття, види та чинники формування.

2. Види підприємств, їх організаційно-правові форми. Організаційно-правові форми підприємств. Класифікації підприємств. Об'єднання підприємств.

3. Основній капітал. Економічна сутність, класифікація та структура основного капіталу. Методи оцінки основних фондів. Знос основних фондів. Амортизація основних фондів.

4. Техніко-технологічна база та виробнича потужність підприємства.Виробнича потужність підприємства. Види виробничих потужностей. Баланс завантаження обладнання. План виробництва продукції. Порядок розрахунку виробничої потужності. Фактори визначаючі та підвищуючи виробничу потужність.

5. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці. Поняття про трудові ресурси підприємства. Класифікація і характеристика кадрів (персоналу) підприємства. Розрахунок чисельності робітників підприємства. Продуктивність праці та резерви її підвищення. Визначення заробітної платні. Показники руху персоналу. Ефективність використання персоналу підприємства.

6. Оборотній капітал. Склад, структура та кругообіг обігових коштів підприємства. Показники оборотності обігових коштів. Напрямки підвищення оборотності обігових коштів. Показники використання обігових коштів.

7. Обґрунтування виробничої програми підприємства. Сутність та роль рішень в управління виробництвом. Класифікація рішень. Економічне обґрунтування рішень щодо виробничої програми.

8. Планування діяльності підприємства. Функції та задачі планування. Системи планів підприємства. Бізнес-планування на підприємстві.

Література

1. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства: Підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 528с., іл.

2. Економіка підприємства: Навч. посіб. / за ред..А.В.Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431 с.

3. Економіка підприємства в схемах і таблицях: Навчальний посібник / Т.М. Сєрікова, Є.П. Кожанова, В.І. Мельник, Г.М. Шумська. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2009. – 304с

4. Бабушкин, А.И. Экономика предприятия: учеб. пос. / А.И. Бабушкин. – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т «ХАИ», 2003. - 449с.

5. 3. Мельник, Л.Г. Экономика предприятия [Текст]: учеб. пос. / под ред. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 683с.

Питання склав

_к.е.н., доцент каф. 605___ _____ _О.С. Попов_

(науковий ступень, посада) (ініціали та прізвище)

2 Питання за темою _Економіка праці і соціально-трудові відносини

(найменування)

1.Трудові ресурси і трудовий потенціал суспільства.Загальна характеристика трудових ресурсів. Види зайнятості та баланси трудових ресурсів. Структура та показники оцінки трудових ресурсів. Відтворення трудових ресурсів, його характеристики.

2. Соціально-трудові відносини, як система. Історія формування, поняття та зміст соціально-трудових відносин. Система соціально-трудових відносин. Сфери соціально-трудових відносин.

3. Ринок праці та його регулювання. Ринок праці: суть, зміст, структура. Умови виникнення і ефективного функціонування ринку праці. Функції та сегментація ринку праці. Безробіття, його види і показники.

4. Організація і нормування праці. Сутність і задачі організації праці. Управління організацією праці на підприємстві. Робочий час, його класифікація і методи вивчення. Основи нормування праці.

5. Продуктивність і ефективність праці. Продуктивність та ефективність праці і основні чинники їх зростання. Показники оцінки продуктивності і ефективності праці.

6. Політика доходів і оплата праці. Поняття "доходи населення", їх види. Заробітна плата, її види, функції і принципи організації. Тарифна системи оплати праці. Форми і системи оплати праці.

7. Планування праці. Задачі, зміст і показники плану з праці. Планування зростання продуктивності праці. Планування фонду оплати праці.

8. Аналіз, звітність, аудит у сфері праці. Основні задачі аналізу використання трудових ресурсів і витрат на оплату праці. Аналіз забезпеченості підприємства робочою силою і кваліфікаційного складу робітників. Аналіз руху і стабільності робочої сили.

Література

1. Грішнова О.А. Економіка праці й соціально-трудові відносини. Підручник. – К.: Знання, 2006. – 559 с.

2. Махсма М.Б. Економіка праці: посібник для розв’язування задач: навч. посібник. – К., 2002. – 63с.

3. Черчик Л.М., Коленда Н.В., Турчик І.В.та ін. Економіка праці і соціально-трудові відносини. Практикум для студентів економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання. Навчальний посібник. – Луцьк: ЛНТУ, 2010. – 316 с.

4. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К., «Кондор». – 2003. – 296с.

5. Економіка праці й соціально-трудові відносини : навч. посіб. / А. М. Березюк, С. М. Мельніков, О. С. Попов ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харк. авіац. ін-т". - Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського "Харк. авіац. ін-т", 2011. - 106 с.

Питання склав

_к.т.н., доцент каф. 605___ _С.М. Мельніков_

(науковий ступень, посада) (ініціали та прізвище)

3 Питання за темою _____Статистика_____

(найменування)

1. Статистичне спостереження.

Основні категорії статистики. Статистичне спостереження як метод інформаційного забезпечення. Програмно-методологічні питання статистичного спостереження. Організаційні питання статистичного спостереження. Форми, види та способи статистичного спостереження. Статистичні ознаки, їх варіація, типи шкал вимірювання.

2. Зведення та групування статистичних даних.

Сутність статистичного зведення. Класифікація та групування. Види групувань. Принцип формування груп.

3. Узагальнюючі статистичні показники.

Сутність і види статистичних показників. Класифікація статистичних показників. Абсолютні величини. Відносні величині. Середні величини. Характеристики центру розподілу: середня, мода, медіана, їх взаємозв'язок. Абсолютні міри варіації: розмах варіації, середнє лінійне та середнє квадратичне відхилення

4. Аналіз рядів розподілу.

Аналіз, варіації та форми розподілу. Закономірність розподілу. Характеристики центра розподілу. Характеристики форми розподілу.

5.Індексний метод.

Сутність і функції індексів. Індивідуальні індекси. Методологічні основи побудови загальних індексів. Агрегатна форма індексів. Системи індексів. Властивість індексів. Взаємозв’язки індексів. Індекси середніх величин. Територіальні індекси.

Тема.6. Ряди динаміки.

Аналіз динамічних рядів. Види динамічних рядів. Абсолютні та відносні характеристики інтенсивності динаміки, їх взаємозв'язок.

Література

1. Петрик В.Л. Статистика Навч. посібник / В.Л. Петрик. - Х.: Нац. аерокосм. ун-т «ХАІ», 2009 – 100с.

2. Гавва В.Н. Статистический практикум: учебн. пособие / В.Н. Гавва, В.А. Колисниченко, Д.Д. Узун. - Х.: Нац. аерокосм. ун-т «ХАІ», 2000. – 147с.

3. Теорія статистики: Навч. пос. / Ваків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П., Ткач Є.І. – К.: Либідь, 2001 – 320 с

4. Головач А.В., Статистика Збірник задач / А.В. Головач, А.М. Єріна, О.В. Козирєв, С.С. Герасименко – Київ: Вища школа, 1994р.

5. Головач А.В. Статистика: Підручник / А.В. Головач, А.М. Єріна А.М., О.В. Козирєв та ін.; За ред. А.В. Головача, А.М. Єріної А.М., Козирєва О.В. – Київ: Вища шк., 1993. - 623с

Питання склав

к.т.н., доцент каф. 605 — В.Л. Петрик

(науковий ступень, посада) (ініціали та прізвище)

4 Питання за темою _____Основи маркетингу_____
(найменування)

1. Суть маркетингу та розвиток його концепції Ринок як умова і об'єктивна економічна основа маркетингу. Основні етапи еволюції маркетингу. Види маркетингу в залежності від стану попиту на ринку. Концепції маркетингової діяльності.

4. Ринок та його дослідження/ Поняття ринку, типи ринків. Споживчий ринок. Загальний підхід до сегментації ринку. Основні принципи сегментації. Відбір цільових сегментів ринку. Стратегії охоплення ринку. Позиціонування товару. Стратегії позиціонування. Вибір і реалізація стратегії позиціонування. Основні напрямки досліджень в маркетингу. Кабінетні і польові методи досліджень. Методи збирання первинної інформації.

5 Товарна політика в системі маркетингу. Поняття товару в теорії маркетингу. Класифікація товарів. Поняття номенклатури продуктів, товарного асортименту, показники оцінки. Концепція життєвого циклу товару..

6. Цінова політика в системі маркетингу. Сутність та завдання цінової політики в системі маркетингу підприємства. Цілі ціноутворення. Фактори, що впливають на формування цінової політики підприємства

7. Політика розподілу в системі маркетингу.Поняття системи розподілу та її складові елементи. Канали розподілу, рівні, характеристика каналів розподілу різних рівнів. Функції каналів розподілу.

8. Комунікаційна політика в системі маркетингу.Значення, місце, цілі, завдання системи маркетингових комунікацій у комплексі маркетингу. Характерні особливості елементів системи маркетингових комунікацій.

Література

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Бизнес-книга ; ИМА–Кросс Плюс, 2004. – 702 с.

2. Маркетинг: Підручник. За наук. Ред. д-ра екон. наук, проф., акад.. АПН України А.Ф. Павленка. Керівник авт. кол-ву –д-р екон. наук, проф. І.Л. Решетнікова – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.

3. Маркетинг : підруч. / В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін. ; упоряд. О. Сидоренко, П. Редько. – К. : Навч.-метод. центр «Консорціум із удоскон. менежмент-освіти в Україні», 2005. – 648 с.

4. Голованова Л.Н., Голованова М.А./ Основы маркетинга - Консп. Лекций. - Харьков: Нац. аэрокосм. ун-т "Харьк. авиац. ин-т", - 2003.- 139 с.

5. Багиев Г.Л. Маркетинг : учеб. для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 736 с.

Питання склав

_к.т.н., доцент каф. 605___ _М.А. Голованова_
(науковий ступень, посада) (ініціали та прізвище)

Завідувач кафедри _605_ _____ А.В. Доронін_____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Програму розглянуто й узгоджено на випусковій кафедрі економіки та маркетингу
Протокол № 6 від «19» січня 2018 р.

Програму вступного випробування для здобуття освітнього ступеня бакалавра на базі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста за спеціальністю _____075 «Маркетинг»_____
(освітня програма _____Маркетинг _____)
узгоджено науково-методичною комісією Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» з галузей знань «Культура та мистецтво», «Гуманітарні науки», «Соціальні та поведінкові науки» й «Управління та адміністрування»
Протокол № 4 від 05 лютого 2018 р.

Голова НМК 4

к.т.н., доц. Н.В. Доценко