


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ОЛЕСЯ ГОНЧАРА  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра економічної теорії та маркетингу

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

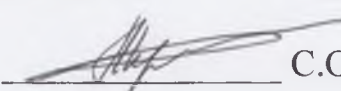
Ректор,  
член-кореспондент НАН України

  
М.В. Поляков  
«27» \_\_\_\_\_ 2017 р.



«УЗГОДЖЕНО»


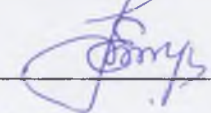
Проректор з науково-педагогічної  
роботи

  
С.О. Чернецький  
«29» \_\_\_\_\_ 03 \_\_\_\_\_ 2017 р.

**ПРОГРАМА**  
**ДОДАТКОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**  
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

другий (магістерський) рівень вищої освіти

Розглянуто на засіданні  
Вченої ради економічного факультету  
(протокол від 31.01.2017 р. № 7)

Голова Ради   
 С.О. Смирнов  
«27» \_\_\_\_\_ 02 \_\_\_\_\_ 2017 р.

Дніпро – 2017

## ВСТУП

Метою вивчення економічних дисциплін є розкриття механізмів функціонування економіки на мікро-, макро-, мегарівнях; формування глибоких знань об'єктивних економічних законів та закономірностей розвитку економіки; застосування світового досвіду розробки господарського механізму для забезпечення економічної стабільності та зростання темпів розвитку національної економіки в умовах ризиків та обмеженості матеріальних, трудових, фінансових ресурсів.

Підготовлений фахівець на основі знань, отриманих в процесі вивчення політичної економії, мікро- і макроекономіки, маркетингу, використовуючи офіційний статистичний матеріал та інші інформаційні джерела має вміти аналізувати структурні зміни суспільного виробництва, його ресурсне забезпечення, стан і динаміку макроекономічних показників, ринкової кон'юнктури. Застосовуючи здобуті знання, набуті навички, фахівець повинен вміти виявити загальні закономірності розвитку маркетингу, мати здатність до творчого пошуку напрямів та резервів удосконалення маркетингової діяльності підприємств.

Засвоюючи знання з маркетингу, основ підприємництва, економічного аналізу слід показати навички та вміння критичного оцінювання стану та перебігу основних економічних процесів, напрямів розвитку світової економіки та інтегрування національної в світову систему господарювання.

## **РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ**

### **ТЕМА 1. Політична економія**

Предмет і метод політичної економії. Економічні потреби і інтереси. Виробництво матеріальних благ і послуг. Продукт і характер праці. Соціально-економічний устрій суспільства. Економічна система та закони її розвитку. Товарна форма організації виробництва. Товар і гроші. Ринок, його суть і функції. Моделі ринку. Конкуренція і ціноутворення. Підприємство як товаровиробник. Валовий дохід і прибуток. Галузеві особливості виробництва і функціонування капіталу. Форми прибутку, процент і рента. Фінансова система країни. Суспільне відтворення і його основні форми. Суть і структура світового господарства. Форми міжнародних економічних відносин.

### **ТЕМА 2. Мікроекономіка**

Предмет і метод мікроекономіки. Теорія граничної корисності. Поведінка споживача. Попит, пропозиція, їх взаємодія. Мікроекономічна модель підприємства. Ринок досконалої конкуренції. Монопольний ринок. Олігополія та монополістична конкуренція. Ринки факторів виробництва.

### **ТЕМА 3. Макроекономіка**

Макроекономіка як наука. Макроекономічні показники в системі національних рахунків. Економічна динаміка. Ринок праці. Інфляційний механізм. Товарний ринок та економічна рівновага. Споживання, заощадження, інвестиції. Сукупні витрати і ВВП. Грошовий ринок. Зовнішньоекономічна діяльність. Економічне зростання і його чинники.

### **Тема 4. Історія економічних вчень**

Економічне вчення меркантилізму. Економічне вчення фізіократів. Класична політична економія. Економічне вчення К. Маркса. Формування та суть неокласичної економічної теорії. Зародження та особливості інституціоналізму. Кейнсіанство: його сутність та еволюція. Неоконсервативна критика кейнсіанства. Неолібералізм. Сучасний неінституціоналізм та його особливості.

## **РОЗДІЛ 2. МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

### **ТЕМА 1. Сутність і складові промислового маркетингу**

Сутність, завдання та концепції промислового маркетингу. Стратегії промислового маркетингу. Промислові товари, ринок промислових товарів і особливості маркетингової діяльності. Формування та дослідження попиту на промислові товари. Маркетингові дослідження на промисловому підприємстві. Кон'юнктура ринку промислової продукції та її дослідження.

### **ТЕМА 2. Особливості застосування інструментів маркетинг-міксу на промисловому ринку**

Товарна політика і управління асортиментом продукції. Цінова політика. Управління та планування промислового маркетингу. Управління збутовою діяльністю і розподіл готової продукції. Планування та регулювання збутових запасів. Комунікаційна політика промислового підприємства.

Організація, контроль та ефективність маркетингової діяльності.

### **ТЕМА 3. Матеріально-технічне забезпечення підприємств**

Загальна характеристика матеріально-технічного забезпечення підприємства. Виробничі запаси і запаси незавершеного виробництва. Планування матеріально-технічного забезпечення. Закупівля матеріальних ресурсів. Ідентифікація продукції, матеріалів, сировини. Моніторинг у системі матеріально-технічного забезпечення підприємства. Організація управління матеріально-технічним забезпеченням підприємства.

## **РОЗДІЛ 3. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА**

### **ТЕМА 1. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів**

Суть, предмет і завдання курсу. Сутність поведінки споживачів. Об'єкт і предмет дисципліни "Поведінка споживачів". Принципи дослідження поведінки споживачів. Основні функції дослідження поведінки споживача.

### **ТЕМА 2. Особистісно-психологічні фактори поведінки споживачів**

Внутрішні чинники. Визначення мотивації. Чинники, які зумовлюють мотиви. Динамічна природа мотивації. Класифікація мотиваційних теорій. Загальні теорії мотивацій.

### **ТЕМА 3. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем**

Моделі споживача. Характеристики покупців і вибір місця купівлі. Ситуаційні чинники. Типи ситуацій. Модель процесу прийняття рішень про купівлю. Моделі поведінки споживача. Процеси після купівлі.

### **ТЕМА 4. Маркетингові дослідження поведінки споживачів**

Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів. Методи маркетингових досліджень, що можуть застосовуватися для виявлення мотивацій, їх переваги та недоліки. Методики модифікації поведінки споживача.

### **ТЕМА 5. Кількісні та якісні дослідження поведінки споживачів**

Завдання маркетингових досліджень поведінки споживачів. Загальна схема маркетингового дослідження поведінки споживачів. Основні методи та підходи до вивчення поведінки споживачів.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 9-те вид., переробл. і доп. – К.: Знання, 2014. – 710 с.
2. Щетинін А. І. Політична економія. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 480 с.
3. Політична економія: Підручник / За ред. Ніколенко Ю.В. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 632 с.
4. Федоренко В. Г. Політична економія: Підручник. – 2-ге вид. – К.: Алерта, 2015. – 487 с.
5. Базилевич В.Д. Мікроекономіка: Підручник / В.Д. Базилевич К.С. Базилевич, А.І. Ігнатюк, С.В. Слухай. – К.: Знання, 2007. – 677с.

6. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки: Підручник. – К.: Знання, 1998. – 714 с.
7. Федоренко В. Г. Макро- та мікроекономіка теоретичні аспекти: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / В. Г. Федоренко, М.П. Денисенко. – К.: Алерта, 2013. – 727 с
8. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка: Навч.посіб.: У 2 кн. – Кн. 1: Вступ до аналітичної економії. Макроекономіка / Авт.кол.: С. Панчишин, П. Островерх, Г. Стеблій та ін. – 4-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2013. – 723 с.
9. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка: Навч.посіб.: У 2 кн. – Кн. 2: Вступ до аналітичної економії. Мікроекономіка / Авт.кол.: С. Панчишин, П. Островерх, Г. Стеблій та ін. – 4-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2013. – 437 с.
10. Манків Г. Н. Макроекономіка : Підруч. для України / Г. Н. Манків С. Панчишин. – К.: Основи, 2000. – 588 с.
11. Панчишин С. М. Макроекономіка : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., що навч. за освіт.-проф. прогр. бакалавра з напрямом "Економіка та підприємництво" / С. М. Панчишин. – К. : Либідь, 2001. - 614 с.
12. Базилевич В. Д. Макроекономіка: учебник / В. Д. Базилевич, Е. С. Базилевич, Л. А. Баластрик. – К.: Знання, 2015. – 694 с.
13. Резнік Н. П. Макроекономіка: навчальний посібник для студентів ВНЗ / Н.П. Резнік, М. П. Талавиря, О. В. Пащенко. – Київ: КиМУ, 2015. – 554 с.
14. Соболева О. П. Макроекономіка. Навчальний посібник / О.П. Соболева. – Харків: ХІБС УБС НБУ, 2013. – 158 с.
15. Солонінко К. С. Макроекономіка [текст]: навч. посіб. / К.С. Солонінко – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 200 с.
16. Талавиря М. П. Макроекономіка: навчальний посібник для студентів ВНЗ / М.П. Талавиря, О. В. Пащенко. – К.: Лисенко М. М., 2012. – 551 с.
17. Горбачевська О.В. Історія економіки та економічної думки у логічних схемах: навч. посібник / О.В. Горбачевська, М.І. Хмелярчук, А.В. Стасишин. – К.:УБС НБУ, 2013. -526 с.
18. Золотих І.Б. Історія економічних вчень. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 186 с.
19. Історія економіки та економічної думки: сучасні економічні теорії: Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 280 с.
20. История экономических учений: учебник: В 2 ч. / под ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2015. – 583 с.
21. Кухар О.В. Історія економіки та економічної думки. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 328 с.
22. Мочерний С. В. Історія економічних вчень (сучасна економічна думка). Посібник/ С.В. Мочерний, М.В. Довженко.- Л.: «Новий світ-2000», 2015. – 488 с.

23. Якобчук В. П. Історія економіки та економічної думки [Текст]: Навч. посіб. / В.П. Якобчук, Ю. В. Богоявленська, С. В. Тищенко – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 476 с.
24. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001.
25. Власовой В.М. Основы предпринимательства / В.М. Власовой. – Таллин – Ленинград: Антерес, 1991.
26. Іванов Ю.Б. Вступ до бізнесу / Ю.Б. Іванов. – К.: Лібра, 1995.
27. Кісельов А.П. Основы бізнесу / А.П. Кісельов. – К.: Вища школа, 1997.
28. Колот В.М. Підприємництво: Навч.-методич. посібник для самостійного вивчення дисципліни / В.М. Колот, О.В. Щербина. – К.: КНЕУ, 2003.
29. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник / С.Ф. Покропивний, В.М. Колот. – К.: КНЕУ, 1998.
30. Воронкова О.Н. Внешнеэкономическая деятельность: организация и управление: учеб. пособие / О.Н. Воронкова, Е.Л. Пузакова. – М.: Экономист, 2007. – 495 с.
31. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник / М.І. Дідківський. – К.: Знання, 2006. – 462 с.
32. Зінь Е.А. Основы зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / Е.А. Зінь, Н.С. Дука; Ред. Зінь Е.А. – К.: Кондор, 2009. – 432 с.
33. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник / За ред. д.е.н., проф. І.І. Дахна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 360 с.
34. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник / О.В. Шкурупій, В.В. Гончаренко, І.А. Артеменко та ін.; За заг. ред. Шкурупій О.В. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
35. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : Підручник / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, Г.С. Гуріна, О.В. Ільєнко. – К.: Кондор, 2012. – 552 с.
36. Козак Ю.Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвинова, І.Ю. Співаченко. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Центр видавничої літератури, 2006. – 792 с.
37. Тюріна Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник / Н.М. Тюріна, Н.С. Карвацка. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 408 с.
38. Антонюк О.П. Економічний аналіз: Навчальний посібник / О.П. Антонюк, Т.М. Єтупницька, Н.М. Купріна, І.Є. Подгорна. – Львів: Магнолія – 2006, 2010. – 320 с.
39. Бутко А.Д. Теорія економічного аналізу: Підручник / А.Д. Бутко. – К.: КНТЕУ, 2009. – 411 с.
40. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: Навчальний посібник / Б.Є. Грабовецький. – К.: ЦУЛ, 2009. – 256 с.
41. Економічний аналіз: Навч. посібник / Є.П. Кожанова, І.П. Отенко,

Т.М. Серікова, П. М. Куліков. – 3-є вид., перероб. і доп. – Х. : ІНЖЕК, 2009. – 344 с.

42. Економічний аналіз: теорія і практика: Підручник/ Г.І.Кіндрацька, М.С.Білик, А.Г.Загородній; за ред. проф. А.Г.Загороднього.- Львів: Магнолія Плюс, 2006.- 428 с.

43. Іванчук О.В. Економічний аналіз: Навчально-методичний посібник / О.В. Іванчук, Л.Я. Тринька. – К.: Алерта, 2013. – 568 с.

44. Івахненко В.М. Економічний аналіз: Підручник / В.М. Івахненко. – 3-є видання. – К.:КНЕУ, 2008. – 240 с.

45. Івахненко В.М. Теорія економічного аналізу: Посібник / В.М. Івахненко. – К.:Видавничий дім «Слово», 2010. – 352 с.

46. Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник / Є.В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.

47. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 288 с.

48. Серединська В.М. Економічний аналіз: Навчальний посібник / В.М. Серединська, О.М. Загородна, Р.В. Федорович. – Тернопіль: Астон, 2010. – 592 с.

49. Черниш С.С. Економічний аналіз: Навч. посібник / С.С. Черниш. – К.: Центр учб. л-ри, 2010. – 312 с.

50. Вачевський М.В. Промисловий маркетинг. Основи теорії і практики: Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 256.с.

51. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Робочий конспект та навчальні тестові завдання. – К.: Лібра, 2004. – 280 с

52. Девис С. М. Управление активами торговой марки: Пер. с англ. - СПб.: Питер, 2001. – 272 с.

53. Зінь Е. А., Турченко М. О. Планування діяльності підприємства: Підручник. — К.: Видав. дім “Професіонал”, 2004. — 320 с.

54. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг в 2 ч. - М.: ООО «Фирма Благовест-В», 2002. - 312 с.

55. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е Европ.изд. – М., СПб., К.: Издат. Дом «Вильямс», 2004. – 945 с.

56. Маркетинг: Ситуаційні вправи: Навч. посібник / Упоряд. О.І.Сидоренко, П.С.Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2004. – 504с.

57. Минетт С. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач: Пер. с англ.- М.: ИД «Вильямс», 2003.- 207с.

58. Николайчук В. Е., Белявцев М. И. Промышленный маркетинг. — Донецк: ООО ПКФ “БАО”, 2004. — 384 с.

59. Пилипчук В.П., Оснач О.Ф., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг: Навчальний посібник - Київ: Центр навчальної літератури, 2005 - 264с.

60. Промисловий маркетинг: Теорія та господарські ситуації: Під.ред. А.О. Старостіної. - К.: Іван Федоров, 1997.- 400с.
61. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг: навч. посіб. – К.: МАУП, 2001. – 264 с.
62. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості: Підручник. — К.: Центр навч. літ., 2004. — 248 с.
63. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 1999.
64. Статт Д. Психология. – СПб.: Питер, 2003. – 446 с.
65. Бардиер Г. Поведение потребителей (глава) //Бизнес-психология. – М.: Генезис, 2002. - 400 с.
66. Васильев Г.А. Поведение потребителей: учебное пособие. – М.: Вузовский, ВЗФЭИ, 2005. – 240 с.
67. Вебли П., Бергойн К., Ли С. И Экономическое поведение в течение жизни// Экономическая психология в структуре жизненных реалий. – Иркутск: Издательство ИГЭА, 2001. – С.86-124.
68. Дейнека О.С. Потребительское поведение// Экономическая психология: психологические проблемы. – СПб.: СпбГУ, 1999. – 240 с.
69. Зазыкин В. Взаимодействие в системе «реклама-потребитель»// Психология бизнеса. – Мн.: Харвест, 1998. – С.92-154.
70. Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д. Собственность: психолого-экономический. – Иркутск: Издательство БГУЭП, 2003. – 316 с.
71. Кийосаки Р.Т., Лектер Ш.Л. Богатый папа, бедный папа. – Мн.: ООО «Попурри», 2003. – 272 с.
72. Козырев А.А. Мотивация потребителей. – СПб.: Издательство Михайлова В.А., 2003 – 384 с.
73. Крылов И.В. Маркетинг. – Москва: Центр, 1998. – 192 с.
74. Лыгина Н.И., Макарова Т.Н. Поведение потребителей: Учебник. – М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2005. – 208 с.
75. Економічна енциклопедія: в 3 т. / С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2001. – Т. 2. – 848 с.
76. Інфраструктура товарного ринку / за ред. І. В. Сороки. – К.: Студцентр, 2002. – 607 с.

### **СТРУКТУРА БІЛЕТУ**

на додаткове вступне випробування  
до вступу на другий (магістерський) рівень  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара  
за спеціальністю 075 – Маркетинг

1. На виконання екзаменаційного завдання відведено 120 хвилин.
2. Екзаменаційний білет складається з 25 тестових завдань закритого типу (завдання з вибором однієї правильної відповіді).



## Структура екзаменаційного білету

| Зміст   | Максимальна кількість балів |
|---|-----------------------------|
| Тестові завдання з вибором однієї правильної відповіді  |                             |
| – розділ 1 – Економічна теорія – 10 питань по 4 балів за правильну відповідь;                 | 40                          |
| – розділ 2 – Маркетинг промислового підприємства – 8 питань по 4 балів за правильну відповідь | 32                          |
| – розділ 3 – Поведінка споживача – 7 питань по 4 балів за правильну відповідь                 | 28                          |
| <b>РАЗОМ</b>  | <b>100</b>                  |

3. Завдання мають тільки **ОДНУ ПРАВИЛЬНУ ВІДПОВІДЬ**. Кожне тестове питання оцінюється у 4 бали; 0 балів – якщо вказано неправильну відповідь, або вказано більше однієї відповіді, або відповіді не надано;

4. Кількість розділів та чисельність питань – визначає кафедра.

5. База даних забезпечує не менше 15 білетів.

6. Тести наведені в таблиці, приклад якої наведено нижче.

|    |                                 |          |          |          |          |
|----|---------------------------------|----------|----------|----------|----------|
|    | Зміст питання:                  |          |          |          |          |
| 1. | а) перший варіант відповіді;    |          |          |          |          |
|    | б) другий варіант відповіді;    | <b>а</b> | <b>б</b> | <b>в</b> | <b>г</b> |
|    | в) третій варіант відповіді;    |          |          |          |          |
|    | г) четвертий варіант відповіді. |          |          |          |          |

Завідувач кафедри економічної теорії та маркетингу, проф.



Дучинська Н.І.