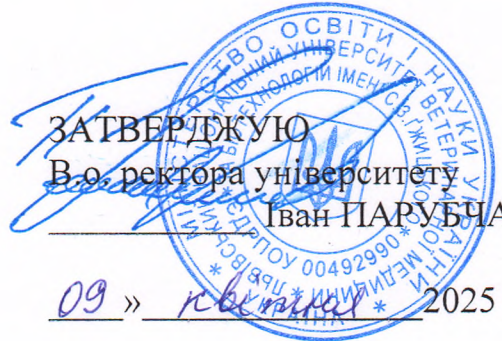


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

ЗАТВЕРДЖУЮ
В.о. ректора університету
Іван ПАРУБЧАК

09 » квітня * 2025 р.



ПРОГРАМА
вступного фахового випробування для здобуття
освітнього ступеня Бакалавр за спеціальністю
D5 Маркетинг
(ОПП «МАРКЕТИНГ ТА БІЗНЕС-АНАЛІТИКА»)

Програму розглянуто на засіданні
Приймальної комісії ЛНУВМБ
імені С.З.Гжицького
(протокол №6 від 09.04.2025 р.)

Львів – 2025

ПЕРЕДМОВА

Метою вступного випробування є визначення рівня підготовленості вступників, які бажають навчатись у Львівському національному університеті ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Програму вступних іспитів розроблено у відповідності із галузевим стандартом підготовки молодших спеціалістів, а також виробничими функціями і галузевими типовими кваліфікаційними вимогами і завданнями діяльності фахівця освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста.

Програма охоплює навчальний матеріал дисциплін «Політична економія», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Маркетинг».

1. ПОЛІТИЧНА ЕКОНОМІЯ

Тема 1.1. Предмет і метод політекономії

Предмет та функції політекономії. Економічні категорії та економічні закони. Методи пізнання економічних явищ та процесів.

Тема 1.2. Виробництво та його фактори

Класифікація факторів суспільного виробництва. Суспільні потреби, економічні ресурси. Крива виробничих можливостей. Елементи та моделі економічних систем.

Тема 1.3. Товарне виробництво - основа ринкового господарства

Умови виникнення та типи товарного виробництва. Товар та його властивості. Суть та функції грошей. Кредитні, «електронні» гроші. Суть закону грошового обігу. Рівняння І. Фішера. Інфляція: суть, причини виникнення, форми прояву та соціальні наслідки. Закон вартості та його функції. Економічні теорії вартості.

Тема 1.4. Ринкова організація: зміст та структура

Суть та функції ринку. Структура та інфраструктура ринку. Поняття товарної та фондової біржі. Види випуску цінних паперів в Україні.

Тема 1.5. Ціна і ринкова рівновага

Закон попиту. Фактори, що впливають на зміни в попиті. Закон пропозиції. Фактори, що впливають на зміну пропозиції. Механізм встановлення ринкової рівноваги. Рівноважна ціна. Поняття еластичності попиту і пропозиції.

Тема 1.6. Монополія та конкуренція

Монополія, її суть, причини виникнення та форми. Конкуренція як економічна категорія. Функції конкурентної боротьби. Форми ринкової конкуренції: досконала та недосконала (монополістична, олігополістична), цінова та нецінова, неекономічна, внутрішньогалузева та міжгалузева. Антимонopolна політика держави.

2. МІКРОЕКОНОМІКА

Тема 2.1. Підприємство та підприємництво

Поняття підприємництва та його принципи. Форми підприємницької діяльності в Україні: а) за формами власності, б) за сферою підприємницької діяльності, в) за розмірами. Суть та види господарських товариств в Україні. Кругообіг фондів підприємства та їх структура. Витрати підприємства та їх класифікація. Поняття собівартості.

Тема 2.2. Розподіл доходів

Доход підприємства та його форми. Джерела утворення та економічна роль прибутку. Показники ефективності підприємництва. Заробітна плата: суть, функції, форми та системи. Рівні оплати праці. Ринок праці та проблеми зайнятості. Біржа праці. Форми безробіття. Закон А. Оукена.

Тема 2.3. Маркетинг та менеджмент

Альтернативні підходи визначення мети маркетингу. Концепції маркетингової діяльності. Суть, принципи та функції менеджменту. Методи прийняття управлінських рішень.

3. МАКРОЕКОНОМІКА

Тема 3.1. Роль держави в ринковій економіці

Необхідність державного втручання та економічні функції держави. Форми,

методи та цілі державного регулювання економіки. Концепції державного регулювання

Тема 3.2. Фінансово-кредитна система

Суть, структура та функції фінансів. Державний бюджет: доходи та видатки. Дефіцит бюджету, державний борг та шляхи їх покриття. Роль податків в ринковій економіці, їх функції та класифікація. Суть, принципи та види кредиту. Банківська система. Класифікація банків.

Тема 3.3. Відтворення та економічне зростання на макрорівні

Сутність процесу відтворення, його елементи та види. Показники системи національних рахунків (ВВП, ВВП, ЧНП, НД). Поняття національного багатства та його структура. Суть та фактори економічного зростання. Моделі економічного зростання. Поняття мультиплікатора та акселератора.

Тема 3.4. Циклічність розвитку економіки

Причини економічних криз. Економічний цикл та його фази. Класифікація циклів. Особливості структурних криз. Теорія «довгих» хвиль в економіці М. Кондратьєва.

Тема 3.5. Тенденції розвитку світового господарства

Закономірності формування, суть та організаційна структура системи світового господарства. Форми міжнародних економічних відносин. Концепції світової торгівлі. Еволюція теорій світової торгівлі. Необхідність та проблеми інтеграції економіки України у світове господарство.

Тема 3.6. Міжнародна валютно-фінансова система

Еволюція світової валютної системи. Валютні курси. Котирування та конвертованість валют. Форми державного валютного регулювання. Міжнародні валютно-фінансові організації.

4. ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

Тема 4.1. Підприємство як суб'єкт господарювання

Поняття і цілі функціонування підприємства. Підприємство, його види та об'єднання підприємств. Створення підприємства та правові основи його діяльності. Виробничий процес та формування структури підприємства.

Тема 4.2. Основи підприємницької діяльності

Підприємницька діяльність як основна сучасна форма господарювання. Принципи здійснення, форми, типи й моделі підприємницької діяльності. Підприємницькі договори (контракти, угоди). Структура договорів, порядок їх укладання. Міжнародний бізнес: поняття, суб'єкти, типи та види.

Тема 4.3. Управління підприємствами

Особливості управління як системи. Поняття і теоретико-методологічна основа класифікації методів управління. Сутність параметрів організаційної структури управління підприємством. Основні типи організаційних структур управління: лінійно-функціональні, дивізійні, матричні. Необхідність і принципи формування вищих органів управління підприємствами та організаціями. Міністерства і комітети, державні корпорації і концерни як вищі органи прямого управління підпорядкованими підприємствами і організаціями.

Тема 4.4. Персонал

Роль людського фактора у підвищенні ефективності роботи підприємства. Поняття персоналу в контексті економічних понять трудових ресурсів, кадрів,

трудового потенціалу та ін. Структура персоналу підприємства. Визначення чисельності працівників управління, спеціалістів і службовців для підприємств різних розмірів та форм власності. Досвід формування та забезпечення ефективного використання кадрового потенціалу фірми.

Тема 4.5. Капітал і виробничі фонди

Матеріальні активи як сукупність виробничих фондів та іншого майна підприємства. Поділ виробничих фондів на основні й оборотні, їх роль у здійсненні процесу виробництва продукції або надання послуг. Первісна, відновна й залишкова вартість основних фондів. Класифікація основних фондів. Класифікація основних фондів за ознакою функціонального призначення та участі у виробничих процесах. Фізична суть техніко-економічного старіння знарядь праці та форми запобігання цьому (ремонт, модернізація, заміна). Соціально-економічне значення і системи показників ефективності відтворення та використання основних фондів. Елементний склад оборотних фондів. Нормування витрат матеріальних ресурсів і обчислення необхідного обсягу оборотних фондів. Показники і способи найефективнішого використання матеріальних ресурсів. Політика ресурсозбереження.

Тема 4.6. Нематеріальні ресурси та активи

Поняття і види нематеріальних ресурсів підприємства, їх вплив на конкурентоспроможність його продукції на ринку. Характеристика об'єктів промислової власності: винаходів, промислових зразків, корисних моделей, товарних знаків і знаків обслуговування. Охорона та реалізація прав власності. Шляхи реалізації прав власності на матеріальні ресурси. Вартісна оцінка та строки спрацювання (зношення) нематеріальних активів.

Тема 4.7. Оборотні кошти підприємства

Сутнісна характеристика обігових коштів як сукупності поточних фінансових коштів. Нормовані і ненормовані обігові кошти. Джерела формування обігових коштів. Методи розрахунку нормативів обігових коштів. Обчислення нормативів обігових коштів в окремих елементах. Вивчення сукупного нормативу обігових коштів підприємства. Основні показники рівня ефективності використання обігових коштів, коефіцієнти оборотності й завантаження, тривалість одного обороту, рентабельність, методика їх розрахунку. Шляхи підвищення ефективності використання обігових коштів. Проблеми нестачі обігових коштів. Проблеми нестачі обігових коштів і поновлення їхньої величини до нормативного рівня за умови кризової ситуації на підприємстві.

Тема 4.8. Інвестиційні ресурси

Функціонально-елементний склад інвестицій підприємства. Внутрішні і зовнішні джерела інвестування. Прямі та профільні інвестиції. Розрахунки обсягу потрібних виробничих інвестицій з урахуванням економічної ситуації на ринку і підприємстві. Роль фінансових інвестицій з урахуванням економічної ситуації на ринку і підприємстві. Роль фінансових інвестицій у чинній системі господарювання. Види застосовуваних паперів, порядок їх випуску і обігу. Загальні положення методології визначення ефективності виробничих і фінансових інвестицій. Основні показники оцінки ефективності виробничих інвестицій (капітальні вкладення). Сукупність чинників, що впливають на рівень ефективності інвестицій. Основні організаційно-економічні чинники підвищення ефективності використання капітальних вкладень. Економічне обґрунтування інвестиційних проєктів різних

суб'єктів господарювання у повному або короткому варіантах бізнес-плану. Стисла характеристика інвестиційного проекту. Форма здійснення й необхідний обсяг інвестицій для практичної реалізації проекту.

Тема 4.9. Інноваційні процеси

Поняття, змістова характеристика та окремі види інноваційних процесів (новинок, нововведень). Сутнісне тлумачення науково-технічного прогресу. Еволюційні й революційні форми НТП. Науково-технічні революції. Організаційний прогрес як узагальнюючий фактор використання організаційних, соціальних та юридичних введень. Методика визначення ефективності технічних нововведень. Народногосподарський (комерційний) економічний ефект від створення новинок і використання нововведень. Особливості оцінки ефективності організаційних нововведень.

Тема 4.10. Техніко-технологічна база виробництва

Поняття і значення техніко-технологічної бази виробництва. Складники техніко-технологічної бази, найефективніші способи її формування на підприємстві. Змістова характеристика й форми технічного розвитку підприємства. Діагностика стану технічного розвитку підприємства: необхідність, сутність, процедура й основні показники. Загальна характеристика, види та чинники формування (нарощування) виробничої потужності підприємства. Основні методичні принципи розрахунку виробничої потужності створюваного і діючого підприємства. Показники і шляхи підвищення рівня використання виробничих потужностей. Конверсія та диверсифікація виробничих потужностей за ринкових умов господарювання.

Тема 4.11. Організація виробництва

Поняття й основні елементи виробничого процесу. Поділ виробничих процесів за призначенням, перебігом у часі та ступенем механізації (автоматизації). Окремі типи виробництва (одиничне, серійне, масове), сутнісна характеристика кожного з них. Поняття методів організації виробництва. Використовувані методи організації виробництва: його ознаки й сфери застосування. Загальна характеристика потокового виробництва. Сутність і соціально-економічне значення застосування різних форм організації виробництва. Концентрація й розукрупнення виробництва. Малі форми в системі господарювання країн з розвинутою ринковою економікою (спеціалізація, кооперування й конверсія виробничих підприємств, їх об'єктивна необхідність, сутність, показники рівня розвитку та ефективності розвитку).

Тема 4.12. Виробнича і соціальна інфраструктура

Сутнісна характеристика інфраструктури підприємства. Виробнича й соціальна інфраструктура. Відокремлення сфери капітального будівництва із специфічного елемента виробничо-соціальної структури. Поняття й функції системи технологічного обслуговування підприємства. Ремонтне господарство. Інструментальне господарство. Необхідність та організація енергетичного господарства й транспортної служби. Складське господарство підприємства. Необхідність і спрямованість соціальної діяльності підприємства за ринкових умов господарювання. Сучасні проблеми соціального захисту працівників підприємства. Визначення капітального будівництва як здійснення розширеного відтворення об'єктів основного виробництва та інфраструктури, а також простого відтворення будівель і споруд.

Тема 4.13. Регулювання, прогнозування і планування діяльності підприємства

Прогнозування як наукове обґрунтування можливого стану суб'єктів господарювання у майбутньому, а також альтернативних шляхів і строків досягнення цього стану. Принципові основи планування. Планування як домінантна функція управління. Специфічні принципи планування. Система планів підприємства. Методи планування діяльності та розвитку підприємства. Бізнес-планування: сутність і призначення. Типовий зміст і методика розробки окремих розділів бізнес-плану. Необхідність, методи й принципи державного економічного регулювання діяльності окремих суб'єктів господарювання. Державні й комерційні кредити, їх види та умови надання суб'єктам господарювання.

Тема 4.14. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції (послуг.)

Загальна сутнісна характеристика продукції, її класифікація й вимірювання обсягу. Номенклатура й асортимент продукції (послуг). Валова, товарна, чиста й реалізована продукція. Поняття, функції та принципи маркетингової діяльності. Стратегія й тактика маркетингу підприємства. Схема формування виробничої програми підприємства, її ресурсне обґрунтування. Характеристика матеріально-технічного за безпечення підприємства. Форми й системи МТЗ. Обчислення потреби підприємства в матеріалах. Якість продукції (послуг) як економічна категорія. Показники і методи оцінки якості продукції. Поняття й визначення рівня конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств на ринку. Технічні, організаційні та соціальні заходи для підвищення якості й конкурентоспроможності продукції (послуг) вітчизняних товаровиробників. Стандартизація продукції, її складові елементи і принципи здійснення. Наявні в Україні стандарти й технічні умови, сфери їх застосування. Економічна й соціальна ефективність стандартизації та сертифікації продукції. Державний нагляд за дотриманням вимог стандартів, здійснюваний територіальними органами Держстандарту України – центрами стандартизації, метрології та сертифікації.

Тема 4.15. Продуктивність, мотивація та оплата праці

Продуктивність праці як економічна категорія. Методичні підходи до розрахунку продуктивності праці на виробничих підприємствах. Чинники зростання продуктивності праці. Мотивація як процес стимулювання людей до ефективної трудової діяльності. Можливі моделі мотивації трудової діяльності. Поняття оплати праці. Основна заробітна плата й додаткова оплата праці. Функції оплати праці та їх реалізація. Сучасна державна політика оплати праці, формування внутрішньофірмової політики оплати праці. Мінімальна заробітна плата. Тарифна система. Єдина тарифна система розрядів і коефіцієнтів з оплати праці, вибір форм систем оплати праці на підприємства різних форм власності. Сутність і стимулююча роль участі працівників фірми в її прибутках. Системи участі працівників у прибутках за результатами виробничо-господарської діяльності й на основі відносин власності. Зарубіжний і вітчизняний досвід участі працівників у прибутках власності приватизованих підприємств.

Тема 4.16. Витрати та ціни на продукцію

Валові витрати (собівартість продукції) як комплексний економічний показник. Класифікація витрат на виробництво за окремими ознаками (ступенем

однорідності, зв'язком з обсягом виробництва, способом обчислення на одиницю продукції). Зміст і методика обчислення кошторису виробництва. Розрахунки кошторису виробництва за окремими економічними елементами. Загальний рівень валових витрат на виробництво валової, товарної й реалізованої продукції. Калькулювання та його місце в економічних розрахунках. Об'єкти калькулювання й калькуляційні одиниці. Обґрунтування й вибір стратегії зниження поточних витрат на підприємствах. Групи чинників (способів) зниження валових витрат у розрахунку на одиницю продукції. Визначення впливу окремих техніко-економічних чинників на зменшення валових витрат. Поняття, роль і функції ціни в ринковій економіці. Види цін, сфери їх застосування. Методи встановлення ціни. Система знижок і доплат до ціни. Державне регулювання ціноутворення.

Тема 4.17. Фінансово-економічні результати та ефективність діяльності

Прибуток і дохід як основні показники фінансових результатів діяльності підприємства. Прибутковість і дохідність: їх сутність та різниця між ними. Типова схема використання прибутку (доходу) підприємства. Рентабельність як відносний показник ефективності діяльності підприємства. Способи підвищення рентабельності на підприємствах різних галузей економіки України. Суть, важливість і методичні підходи до оцінки загального фінансово-економічного стану підприємства. Економічна суть і загальний методологічний підхід до вимірювання ефективності виробництва, господарської діяльності підприємства. Змістова характеристика видів ефективності виробничо-господарської та комерційної діяльності. Система показників ефективності виробництва. Вимірювання економічної ефективності ресурсів і витрат. Оцінка соціальної ефективності діяльності підприємства. Класифікація чинників зростання ефективності виробництва за ознаками. Зовнішні чинники зростання ефективності виробництва.

Тема 4.18. Економічна безпека та антикризова діяльність підприємства

Характеристика економічної безпеки суб'єкта господарювання. Класифікація видів економічної безпеки. Способи визначення оцінки економічної безпеки підприємства. Основні групи чинників, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємства. Необхідні заходи й шляхи реалізації стратегії досягнення незалежної економічної безпеки конкретного суб'єкта господарювання.

Тема 4.19. Реструктуризація й санація підприємств

Система виживання підприємства в ринкових умовах господарювання. Її ознаки, необхідність практичного використання й змістова характеристика. Реструктуризація підприємства як найрадикальніший метод системи виживання й виходу з економічної кризи, припинення спаду виробництва та його стабілізації. Сутнісна характеристика й можливі реструктуризації підприємства. Розробка й здійснення програми (бізнес-плану) реструктуризації підприємства. Вітчизняний і зарубіжний досвід реструктуризації суб'єктів господарювання. Суть механізму санації (фінансово-економічного оздоровлення) та її цілей. Програма санаційних заходів фінансово-економічного характеру. Практика й ефективність суб'єктів господарювання в Україні.

Тема 4. 20. Банкрутство й ліквідація підприємств

Сутнісна характеристика банкрутства підприємства (організації). Причини й симптоми банкрутства фірми. класифікація чинників, що сприяють банкрутству фірми. Основні положення Закону України "Про банкрутство". Процес ліквідації (припинення діяльності) збанкрутілого суб'єкта господарювання. Комплекс

організаційно-економічних заходів і допустима тривалість процесу ліквідації підприємства (організації)-банкрута.

5. МАРКЕТИНГ

Тема 5.1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Предмет та об'єкт маркетингу. Концепції маркетингу. Основні поняття маркетингу: потреби, цінності, запити (побажання), попит, товар, вартість, задоволення, обмін, ринок. Принципи, завдання (стратегічні і тактичні) та функції маркетингу. Функції маркетингу.

Тема 5.2. Дослідження ринків

Поняття ринку. Класифікація ринків. Ринкова частка підприємства. Місткість ринку та методика її розрахунку.

Тема 5.3. Маркетингові дослідження

Визначення поняття «Маркетингові дослідження». Сутність, роль, мета, предмет та об'єкт маркетингових досліджень. Принципи та завдання маркетингових досліджень. Процес маркетингових досліджень. Організаційні форми маркетингових досліджень.

Види маркетингових досліджень. Структура маркетингових досліджень та організаційні форми проведення. Методи маркетингових досліджень.

Маркетингова інформація: сутність, класифікація та методи до збору: (опитування, спостереження, експеримент, імітація). Джерела маркетингової інформації.

Зовнішнє маркетингове середовище підприємства.

Тема 5.4. Маркетингова товарна політика

Сутність та структура маркетингової товарної політики. Маркетингова концепція товару. Життєвий цикл товару: сутність і стадії. Особливості маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару.

Конкурентоспроможність товару: сутність, загальна концепція та методи визначення.

Товарний асортимент і товарна номенклатура: сутність та процеси управління. Елімінування продукту: сутність та методи здійснення.

Диференціація та диверсифікація продукції: сутність та види.

Сутність поняття нових товарів. Класифікація нових товарів з позицій права, періоду часу, міри новизни, рівня знань споживачів.

Сутність, способи та рівні планування нових товарів. Алгоритм процесу планування нових товарів та характеристика його етапів.

Поняття інновацій та інноваційного продукту. Інноваційний продукт – об'єкт маркетингової діяльності. Основні етапи інноваційного процесу.

Тема 5.5. Маркетингова цінова політика

Сутність та значення маркетингової цінової політики. Методи ціноутворення та їх класифікація. Ціноутворення виходячи із витрат на виробництво і реалізацію продукції. Ціноутворення виходячи із попиту. Ціноутворення з урахуванням умов конкуренції. Ціноутворення у рамках товарної номенклатури.

Тема 5.6. Маркетингова політика розподілу

Сутність та роль маркетингової політики розподілу. Канали розподілу: сутність, функції, типи та характеристики. Вертикальні та горизонтальні

маркетингові системи.

Конфлікти в каналах розподілу: причини, виникнення, типи (горизонтальні та вертикальні). Шляхи ліквідації конфліктів у каналах розподілу. Мотивування діяльності суб'єктів каналів розподілу.

Посередницька діяльність в каналах розподілу: сутність, принципи посередництва, призначення посередників.

Класифікація посередницьких підприємств і організацій та їх типи. Маркетинг посередницьких підприємств і організацій. Маркетингова політика розподілу і логістика.

Тема 5.7. Маркетингові комунікації

Сутність та значення маркетингової політики комунікацій. Процес маркетингових комунікацій та характеристика його основних елементів.

Алгоритм формування комплексу маркетингових комунікацій та характеристика етапів. Реклама: сутність, основні завдання та класифікація в залежності від цілей. Алгоритм процесу прийняття рішень з рекламування та характеристика його основних етапів.

Паблік рілейшнз: сутність, цілі та особливості, форми.

Стимулювання збуту: сутність, основні завдання та засоби.

Персональний продаж: сутність, типи та процес.

Прямий маркетинг: сутність, характеристики та форми. Передумови успішного прямого маркетингу.

Класифікація посередницьких підприємств і організацій та їх типи. Маркетинг посередницьких підприємств і організацій. Маркетингова політика розподілу і логістика.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Балабанова ЛВ, Холод ВВ. Маркетинг підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2020. 611 с.
2. Барилович ОМ, Рябчик АВ, Боняр СМ, Гальчинська ЮМ, Четверик ОВ. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Київ; 2016. 225 с.
3. Біловодська ОА, Журило ВВ. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2023. 236 с.
4. Бланк ІА. Управління оборотним капіталом. Київ: Ніка-Центр; 2018. 412 с.
5. Бланк ІА. Фінансовий менеджмент. Київ: Ніка-Центр; 2020. 640 с.
6. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі. Київ: Либідь; 2021. 512 с.
7. Бойчук І, Дмитрів А. Маркетинг промислового підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2021. 360 с.
8. Варелас Х, МакКоннелл КР, Брю СЛ. Мікроекономіка: принципи, проблеми і політика. Київ: Основи; 2020. 520 с.
9. Герчикова ІН. Менеджмент: мотивація праці. Київ: Центр учбової літератури; 2020. 284 с.
10. Дорнбуш Р, Фішер С, Старц Р. Макроекономіка. Київ: Основи; 2019. 672 с.
11. Єпіфанов АО, Бланк ІА. Економіка підприємства. Київ: Центр навчальної літератури; 2020. 456 с.
12. Кибальник ОО. Менеджмент персоналу. Харків: Інжек; 2021. 298 с.
13. Кириленко ОП. Оборотні кошти в системі управління підприємством. Київ: КНЕУ; 2020. 264 с.
14. Ковальчук ВТ. Виробничі фонди: формування та ефективне використання. Львів: ЛНУ; 2021. 276 с.
15. Котлер Ф, Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Діалектика; 2020. 880 с.
16. Котлер Ф, Картаджайя Х, Сетьяван А. Маркетинг 5.0. Технології для людства. Київ: КМ-Букс; 2024. 280 с.
17. Крикавський ЄВ, Дейнега ІО, Дейнега ОВ, Лорві ІФ. Маркетинговий менеджмент: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2014. 380 с.

18. Крикавський ЄВ, Косар НС, Чубала АО. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. 2-ге вид., зі змінами. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2012. 260 с.
19. Крикавський ЄВ, Дейнега ОВ, Дейнега ІО, Шелюк ЛО, Кратт ОА, Патора РО. Маркетингова інформація: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки; 2019. 320 с.
20. Кучеренко ВД, Ткаченко НБ. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: КНТЕУ; 2005. 184 с.
21. Лукінов ІО, Чумаченко МГ. Економіка підприємства. Київ: Вища школа; 2019. 438 с.
22. Мазур ОЄ. Ринкове ціноутворення: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2022. 480 с.
23. Окландер М, Кірносова М. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури; 2021. 246 с.
24. Окландер М, Чукурна О. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2024. 284 с.
25. Окландер МА, Чукурна ОП. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2020. 284 с.
26. Орлова ВМ. Особистий продаж: навчальний посібник. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля; 2022. 92 с.
27. Ортинська ВВ, Мельникович ОМ. Маркетингові дослідження: навч. посіб. 2-ге вид., доп. Київ: КНТЕУ; 2015. 436 с.
28. Петруня ЮЄ, Петруня ВЮ. Маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Університет митної справи та фінансів; 2016. 362 с.
29. Пономаренко ВС. Інвестиційна діяльність підприємств. Харків: ХНЕУ; 2021. 348 с.
30. Портер М. Конкуренція. Київ: Основи; 2020. 608 с.
31. Примак ТО. PR для менеджерів та маркетологів: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури; 2013.
32. Самуельсон П, Нордгаус В. Економіка. 19-е вид. Київ: Либідь; 2017. 784 с.
33. Савицька ГВ. Оплата праці: теорія і практика. Київ: Знання; 2021. 304 с.

- 34.Савчук ВП. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Кондор; 2022. 392 с.
- 35.Сенишин ОС, Кривешко ОВ. Маркетинг: навч. посіб. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка; 2020. 347 с.
- 36.Старостіна АО, Кравченко ВА, Пригара ОЮ, Ярош-Дмитренко ЛО. Маркетинг: навч. посіб. Київ: НВП «Інтерсервіс»; 2018. 216 с.
- 37.Сухорська УР, Щербань ВМ. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії; 2015. 383 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ВСТУПНИКІВ

Оцінювання вступного фахового випробування для здобуття освітнього ступеня Бакалавр проводиться за 200-бальною шкалою (від 100 до 200 балів). Позитивна оцінка становить не менше 100 балів. Екзаменаційний білет містить чотири питання, кожне з яких оцінюється по 25 балів максимально.

За повну та правильну відповідь на всі запитання вступник може набрати максимально 200 балів (за 200-бальною шкалою).

При цьому до участі в конкурсному відборі допускаються особи, які отримали за результатами вступного фахового випробування не менше 100 балів.

Критерії оцінювання відповідей на питання фахового вступного випробування:

- відповідь у 90–100% від кількості балів оцінюється, якщо вступник у повному обсязі розкрив зміст питання; здатен формувати висновки й узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями; правильно розв'язав завдання;
- відповідь у 70–80% від кількості балів оцінюється, якщо вступник достатньо повно розкрив зміст відповіді, але при викладанні деяких аспектів не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки; правильно розв'язав завдання, але допустив незначні неточності;
- відповідь у 50–60% від кількості балів оцінюється, якщо вступник у цілому розкрив основний зміст питання, але без обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки; завдання розв'язав не повністю;
- відповідь до 50% від кількості балів оцінюється, якщо вступник недостатньо розкрив зміст теоретичних питань і практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності; завдання розв'язав частково або неправильно.