

**ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ**



**ПРОГРАМА
ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
для здобуття освітнього ступеня магістра
галузі знань: 07 «Управління та адміністрування»
076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»**

Ірпінь – 2018

ЗМІСТ

	Стор.
1. Пояснювальна записка	4
2. Перелік тем та їх короткий зміст	6
3. Зразок екзаменаційного білета фахового вступного випробування	18
4. Критерії оцінювання відповідей вступника	23
5. Список рекомендованих джерел	25

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового вступного випробування складена для вступників, які вступають на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Програма фахового вступного випробування базується на освітньо-професійній програмі підготовки фахівців за освітнім ступенем бакалавр у галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво».

Мета фахового вступного випробування для вступу на здобуття освітнього ступеня магістра: з'ясувати рівень теоретичних знань та практичних навичок вступників, яких вони набули під час навчання за освітнім ступенем бакалавра з метою формування рейтингового списку та конкурсного відбору вступників на навчання за освітнім ступенем магістра, спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» в межах ліцензованого обсягу спеціальності.

Завдання фахового вступного випробування полягає в тому, щоб оцінити знання та вміння вступників.

Вимоги до здібностей і підготовленості вступників. До участі у фаховому вступному випробуванні допускаються особи, які завершили навчання та здобули диплом бакалавра галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» та здібності до оволодіння знаннями, уміннями і навичками у вище зазначеній галузі.

Фахове вступне випробування проводиться у вигляді тестів.

Екзаменаційні завдання фахового вступного випробування розраховані для вступників, які здобули освітній ступінь бакалавра галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво» напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства. У відповідності до програми підготовки бакалавра, були складені і затверджені на засіданні кафедри економіки підприємства завдання для проведення вступних випробувань.

Екзаменаційні завдання, що виносяться на вступне фахове випробування, охоплюють теми з таких дисциплін: «Економіка підприємства», «Стратегія підприємств», «Маркетинг», «Підприємництво та його оподаткування».

Для проведення фахового вступного випробування розроблено пакет екзаменаційних завдань, який містить 30 варіантів екзаменаційних білетів. Екзаменаційний білет складається із 50 тестових завдань закритого типу з вибором однієї правильної відповіді. Для кожного такого тесту запропоновано чотири варіанти відповідей, з яких тільки один варіант правильний. Завдання з вибором відповіді вважається виконаним правильно, якщо позначена тільки одна цифра – правильна відповідь.

Усі варіанти завдань є ідентичними за структурою й складністю, що дозволяє говорити про забезпечення принципу об'єктивності й рівності при оцінюванні навчальних досягнень вступників.

2. ПЕРЕЛІК ТЕМ ТА ЇХ КОРОТКИЙ ЗМІСТ

ДИСЦИПЛІНА «ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»

Тема 1. Загальна характеристика підприємства

Підприємство як суб'єкт господарювання, його ознаки. Напрямки діяльності підприємств. Види підприємств за класифікаційними ознаками. Добровільні об'єднання підприємств (асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, синдикати, трести, холдинги, промислово-фінансові групи): переваги та недоліки їх формування і функціонування. Господарські товариства.

Тема 2. Управління і структура підприємства

Поняття загальної структури та виробничої структури підприємства. Фактори впливу на характер виробничої структури. Типи виробничих структур, їх характеристика. Переваги та недоліки різних типів виробничих структур.

Загальне поняття управління підприємством. Характер управлінської діяльності. Єдність та взаємодія функцій управління підприємством. Характеристика принципів та методів управління суб'єктами господарської діяльності. Організаційна структура підприємства. Типи організаційних структур управління підприємством (лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична). Переваги та недоліки різних типів організаційних структур управління підприємством.

Тема 3. Інфраструктура підприємства

Поняття, види і значення інфраструктури підприємства. Виробнича інфраструктура підприємства: склад та функції. Призначення соціальної інфраструктури підприємства. Капітальне будівництво. Зміст і організація проектування виробничих об'єктів. Підрядний та господарський способи ведення будівельно-монтажних робіт.

Загальна характеристика системи технічного обслуговування на підприємстві (ремонтне, інструментальне, енергетичне, транспортне та складське господарства)

Тема 4. Виробничі засоби

Склад та структура виробничих засобів. Основні засоби та оборотні активи. Загальні та відмінні ознаки основних виробничих та основних невикористаних засобів. Класифікація основних виробничих засобів (ОВЗ) та їх структура (виробничо-технологічна, видова, вікова та галузева). Тенденції в динаміці структури ОВЗ.

Призначення оцінки ОВЗ. Оцінка основних засобів за натуральними показниками. Вартісна оцінка основних засобів (первісна, відновна, повна, залишкова та ліквідаційна вартості). Показники рівня використання ОВЗ. Знос основних виробничих засобів. Види зносу і методи його визначення. Амортизація. Порядок і метод її визначення.

Тема 5. Техніко-технологічна база підприємства

Техніко-технологічна база підприємства як основа ефективного його розвитку. Стратегічна характеристика техніко-технологічної бази підприємства. Основні етапи планування технічного розвитку підприємства.

Виробнича потужність підприємства та її види. Методи розрахунку виробничої потужності. Показники ефективного використання виробничої потужності.

Лізинг як форма оновлення технічної бази підприємства. Сутнісна характеристика видів лізингу Ефективність лізингових операцій. Організаційно-правові основи здійснення лізингових операцій.

Тема 6. Персонал підприємства і продуктивність праці

Трудові ресурси і персонал підприємства. Класифікація та структура персоналу. Методика обчислення необхідної чисельності промислово-виробничого персоналу: основних і допоміжних робітників, керівників, спеціалістів та службовців. Оцінка персоналу підприємства.

Економічна категорія продуктивності праці. Показники продуктивності праці, їх розрахунок. Баланс робочого часу та методика його розрахунку. Фактори та резерви зростання продуктивності праці, їх класифікація.

Тема 7. Оплата праці

Мотивація трудової діяльності працівників: системи та методи.

Сучасна політика оплати праці на підприємстві. Функції та види заробітної плати.

Державне регулювання оплати праці (мінімальний рівень, споживчий кошик, індексація доходів).

Організація оплати праці на підприємстві. Форми і системи заробітної плати. Склад заробітної плати та організація матеріального стимулювання.

Тема 8. Виробничий процес і його організація

Виробничий процес – основа діяльності підприємства. Елементи виробничого процесу. Класифікація виробничого процесу. Виробничий процес як сукупність виробничих операцій. Принципи раціональної організації виробничого процесу.

Ознаки поділу виробництва на типи. Характеристика одиничного, серійного, масового виробництва. Вплив типу виробництва на його ефективність.

Виробничий цикл. Методика обчислення тривалості виробничого циклу. Потоківий і непотоковий методи організації виробництва. Особливості непотокового виробництва і його різновиди, їх характеристика. Ознаки потокового виробництва, його переваги і недоліки. Класифікація поточкових ліній. Основні параметри поточкових ліній і методика їх обчислення.

Тема 9. Інноваційні процеси

Загальна характеристика інноваційних процесів. Класифікація інноваційних процесів, новин і нововведень за ознаками. Взаємозв'язок технічних, організаційних, інформаційних та інших нововведень.

Вплив інноваційних процесів на розвиток та ефективність виробництва. Показники ефективності нововведень: народногосподарський та внутрішньогосподарський економічний ефект нововведень.

Нове економічне зростання підприємств і науково-технічний прогрес. Планування, організація і методи управління НТП на підприємстві.

Тема 10. Нематеріальні ресурси і активи

Нематеріальні ресурси. Інтелектуальна та промислова власність: сутність та об'єкти.

Нематеріальні активи підприємства(патент, ліцензія, авторське право, суміжні права). Ліцензійні угоди та класифікація ліцензій.

Оцінка, види оплати, облік та амортизація нематеріальних активів.

Тема 11. Інвестиційні ресурси

Інвестиційні ресурси: поняття, склад і структура. Елементний склад і структура капітальних вкладень. Визначення необхідного обсягу виробничих інвестицій та джерел їх фінансування.

Загальна характеристика та види фінансових інвестицій підприємства. Державне регулювання випуску та обігу цінних паперів. Необхідність та проблеми залучення, види, форми і структура іноземних інвестицій.

Планування необхідного обсягу капітальних вкладень. Оцінка ефективності інвестицій.

Тема 12. Регулювання, прогнозування та планування діяльності підприємства

Економічні функції держави. Методи, принципи і функції державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання. Економічні інструменти державного регулювання: індикативне планування, програми економічного розвитку, фінансова і кредитна політика, система оподаткування доходів підприємств. Прогнозування розвитку підприємств. Методи прогнозування та їх сутнісна характеристика.

Планування як базовий принцип управління підприємством та основа його ефективного економічного розвитку. Сутнісна характеристика видів планування. Методи і принципи планування. Стратегічне планування. Загальна характеристика бізнес-плану підприємства. Тактичне та оперативне планування.

Тема 13. Виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції

Поняття та класифікація продукції. Обчислення обсягу продукції в фізичних та вартісних одиницях виміру. Показники валової, товарної, реалізованої та чистої продукції. Формування на підприємстві програми випуску продукції(надання послуг).

Маркетинг: суть, функції, принципи і роль в діяльності підприємства. Вивчення ринку, аналіз і прогнозування попиту на продукцію.

Розробка та обґрунтування виробничої програми підприємства. Форми і системи матеріально-технічного забезпечення виробничої програми. Обчислення потреби в матеріалах. Запаси матеріально-технічних ресурсів на підприємстві та їх регулювання.

Тема 14. Витрати і ціни на продукцію

Загальна характеристика витрат та собівартості продукції та послуг. Класифікація витрат на виробництво продукції. Види собівартості продукції.

Обчислення собівартості окремих видів продукції. Склад статей калькуляції та їх розрахунок. Методи планування собівартості продукції. Аналітичні аспекти співвідношення змінних і постійних витрат. Кошторис виробництва. Кошториси прямих і непрямих витрат. Характеристика окремих елементів кошторису.

Суть, функції та елементний склад ціни. Види цін. Методи ціноутворення.

Тема 15. Ефективність діяльності та фінансово-економічні результати

Сутнісна характеристика фінансової діяльності підприємства. Формування і використання фінансових ресурсів підприємства.

Дохід, прибуток. Функції і види прибутку. Формування та використання прибутку підприємства.

Рентабельність та її види. Фактори підвищення рентабельності виробництва. Оцінка фінансово-економічного стану підприємства за показниками платоспроможності (ліквідності), прибутковості, фінансової стійкості і ділової активності.

Тема 16. Антикризова система господарювання

Поняття і цілі економічної безпеки суб'єктів господарювання. Структурні елементи і схема організації економічної безпеки. Аналітична оцінка рівня економічної безпеки підприємства.

ДИСЦИПЛІНА «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Тема 1. Загальна характеристика стратегії підприємства

Підприємство як об'єкт стратегії. Підприємство як «відкрита система», його концепція та характерні риси. Порівняльна характеристика «закритого» і «відкритого» типу організації. Модель функціонування підприємства в динамічному середовищі. Принципи стратегії підприємства.

Тема 2. Побудова стратегічної піраміди та підходи до організації розробки стратегії на підприємстві

Побудова стратегічної піраміди. Чотири організаційні рівні розробки стратегії в диверсифікованих і вузькопрофільних компаніях та відмінності в їх побудові. Взаємозв'язок місії, цілей і стратегій у створенні стратегічної піраміди.

Основні складові елементи процесу формування стратегії підприємства. Ресурси підприємства, потреби ринку, місія та цілі підприємства, аналіз зовнішнього середовища підприємства, аналіз внутрішнього потенціалу підприємства тощо.

Тема 3. Формування місії та цілей підприємства

Визначення напрямку руху та встановлення орієнтирів діяльності підприємства. Встановлення орієнтирів діяльності підприємства, типи орієнтирів: ідеали, цілі, задачі.

Місія – генеральна мета діяльності підприємства. Поняття місії. Зміст місії. Фактори, які впливають на розробку місії (за Ф. Котлером).

Тема 4. Оцінка зовнішнього середовища підприємства

Основні підходи до розуміння середовища організації. Мета та функції стратегічного аналізу. Підходи до опису структури зовнішнього середовища організації: неієрархічна і ієрархічна моделі. Три рівні середовища: зовнішнє середовище (середовище непрямого впливу); проміжне середовище (зовнішнє середовище безпосереднього впливу); внутрішнє середовище організації.

Тема 5. Аналіз внутрішнього потенціалу підприємства

Підходи до аналізу внутрішнього потенціалу підприємства. Поняття аналізу «стратегічного рівня» підприємства. Сутність виробничого потенціалу. Оцінка виробничого потенціалу: ресурсний підхід, структурний підхід, цільовий (проблемно-орієнтований) підхід.

Вихідна інформація для організації дослідження підприємства. Джерело інформації. Методи дослідження.

Тема 6. Методи стратегічного аналізу середовища підприємства

Поняття та основні методи стратегічного аналізу. Визначення стратегічного аналізу. Інструментарій стратегічного аналізу. Етапи стратегічного аналізу.

Проведення SWOT-аналізу в організації. Процес SWOT-аналізу за допомогою блоків питань: загальна характеристика об'єкта; фактори зовнішнього середовища організації; визначення місії, цілей та базової стратегії організації; фінанси; маркетинг, інноваційна діяльність; система управління організацією; аналіз результативності та ефективності. Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища організації методом SWOT-аналізу. Встановлення зв'язків між найбільш впливовими слабкими та сильними сторонами організації, загрозами і можливостями зовнішнього середовища. Побудова матриці SWOT-аналізу.

Тема 7. Методи генерації й аналізу стратегічних альтернатив розвитку підприємства

Аналіз розриву. Поняття аналізу розриву, його мета та переваги. Схема аналізу розриву. Застосування аналізу розриву в діяльності підприємства. Етапи процесу аналізу розриву.

Аналіз динаміки витрат та крива досвіду. Суть аналізу динаміки витрат і кривої досвіду. Фактори, що зумовлюють зниження витрат при збільшенні обсягу виробництва. Переваги та недоліки моделі.

Тема 8. Базові корпоративні стратегії підприємства

Типи базових корпоративних стратегій. Елементи середовища функціонування підприємства, що формують базові корпоративні стратегії та їх можливі стани.

Стратегії концентрованого росту: стратегія посилення позиції підприємства на ринку, стратегія розвитку ринку, стратегія розвитку товару та їх характеристика.

Стратегії інтегрованого росту: стратегія зворотної вертикальної інтеграції, стратегія вертикальної інтеграції, що прямує вперед, стратегія горизонтальної інтеграції та їх характеристика.

Тема 9. Конкурентні стратегії підприємства

Поняття конкурентної стратегії. Підходи до вироблення стратегій поведінки підприємства на ринку. Поняття конкурентної стратегії, її відмінність від ділової стратегії. Основні підходи до вироблення стратегії поведінки фірми на ринку.

Стратегія лідерства за витратами. Сутність стратегії лідерства за витратами. Встановлення переваги по витратам. Контроль за рухом витрат. Удосконалення ланцюжку вартості. Захист лідерства за витратами від конкурентних сил. Доцільність використання стратегії лідерства за витратами.

Стратегія широкої диференціації. Сутність стратегії широкої диференціації. Різновиди схем диференціації. Сфери, де існують можливості для диференціації. Досягнення конкурентної переваги, що заснована на диференціації. Диференціюючи особливості товару, які збільшують результативність його використання. Утримання витрат по диференціації в розумних межах. В чому полягає привабливість диференціації.

Тема 10. Функціональні стратегії підприємства

Суть та призначення функціональних стратегій. Поняття функціональної стратегії. Місце функціональних стратегій в ієрархії стратегій. Вимоги до функціональних стратегій. Типи функціональних стратегій, їх загальна характеристика.

Маркетингова стратегія. Сутність маркетингової стратегії та її значення. Етапи становлення стратегії маркетингу. Методи розробки стратегії маркетингової діяльності (методи однопродуктового та портфельного аналізу). Модель стратегії системи «ціна-якість». Загальна структура плану (програми) маркетингу.

Стратегія НДПКР (наукових досліджень та розробок). Взаємозв'язок «життєвих циклів» продукту, попиту та технології. Зв'язок загальних конкурентних стратегій та стратегій у галузі досліджень і розробок у формуванні

конкурентних переваг. Модифікації інноваційної стратегії. Загальна програма (план) НДПКР на підприємстві.

Тема 11. Операційні стратегії підприємства

Роль операційних стратегій у побудові стратегічної піраміди. Сутність та основна спрямованість операційних стратегій підприємства.

Характеристика основних видів операційних стратегій. Види операційних стратегій: стратегія підвищення якості товару (послуги), стратегія розвитку виробничих потужностей, стратегія ресурсозбереження, стратегія виробничих процесів

Тема 12. Захисні стратегії підприємства та їх реалізація в умовах недобросовісної конкуренції

Недружні поглинання як прояв недобросовісної конкуренції. Різновиди недружніх поглинань: рейдерство, грінмейл, недружнє поглинання.

Захисна стратегія як засіб боротьби підприємства в умовах недобросовісної конкуренції. Підходи А.-А. Томпсона і А.-Дж. Стрікланда до захисту конкурентної переваги. Стратегії захисту за Ф. Котлером: «оборона позицій», «флангова оборона», «упереджувальна оборона». Типові стратегії захисту від недружніх поглинань: стратегії, що пов'язані з акціями підприємства, стратегії, що пов'язані з активами підприємства.

Тема 13. Обґрунтування вибору стратегії підприємства

Стратегічні альтернативи. Формування альтернативних стратегій. Поняття стратегічних альтернатив. Обмеження, що виникають при формування стратегічних альтернатив: рівень наявних фінансових ресурсів, рівень прийнятого ризику, потенційні навички та можливості підприємства, відносини в межах робочих зв'язків підприємства, протидія конкурентів.

Вибір стратегії підприємства. Етапи процесу вибору стратегії. Основні чинники вибору стратегії. Вибір стратегій для організацій, які можна віднести до великого бізнесу. Вибір стратегії для організації які можна віднести до середнього бізнесу. Вибір стратегій, для організацій які можна віднести до малого бізнесу.

Тема 14. Фактори реалізації стратегії підприємства

Стратегічні зміни на підприємстві. Рівні стратегічних змін (докорінна реорганізація, радикальні зміни, помірні зміни) та їх суть. Протидія організації стратегічним змінам. З'ясування реакції на зміни, матриця «зміна – опір». Форми впровадження змін.

Організаційна структура управління підприємством, як об'єкт стратегічних змін. Поняття організаційної структури управління. Типи організаційних структур управління. Особливості окремих типів структур. Фактори вибору організаційної структури. Зміна організаційної структури.

Тема 15. Стратегічний контроль та оцінка виконання стратегії

Суть та завдання стратегічного контролю. Поняття контролю. Основні завдання стратегічного контролю. Порівняльна характеристика стратегічного та оперативного контролю. Призначення системи стратегічного контролю. Етапи контролю реалізації стратегії підприємства.

Елементи системи стратегічного контролю. Чотири елементи системи стратегічного контролю: визначення стандартів, створення системи моніторингових змін, порівняння результатів діяльності підприємства зі встановленими цілями, оцінювання результатів і розробка корегуючих дій.

ДИСЦИПЛІНА «МАРКЕТИНГ»

Тема 1. Сутність маркетингу і його сучасна концепція

При розгляді даної теми в першу чергу необхідно ознайомитися із визначеннями маркетингу, які представляють цю дисципліну як: філософію ділової активності; діяльність підприємців; функцію творчого використання ресурсів; процес виготовлення корисного товару, комплексно-системний підхід до рішення проблем ринку: метод управління торгівельно-промисловою системою та інше.

Для кращого поняття суттєвості маркетингу необхідно розглянути еволюції концепції маркетингу. Основні поняття маркетингу (потреба, попит, товар, обмін, збут, угода, ринок, маркетинг).

Тема 2. Система та характеристики сучасного маркетингу

Системи засобів та структури оточуючого середовища (мікросередовище, макросередовище – демографічні, економічні, соціально-культурні, природно-географічні, науково-технічні, політико-правові фактори).

Суб'єкти маркетингу (виробники, обслуговуючі організації, оптова торгівля, роздрібна торгівля, організації та підприємства, споживачі, кінцеві споживачі, фахівці з маркетингу). Особливості та умови пристосування маркетингу в вітчизняній економіці.

Тема 3. Управління маркетингом

Сутність завдання, функції управління маркетингом та стадії його розвитку в залежності від змін орієнтації управління підприємством (виробничої, товарної, торгівельної, ринкової, маркетингової орієнтації).

Схеми основних типів організації маркетингу (функціональна організація, організація за географічним принципом, організація за товарним виробництвом, організація за ринковим принципом, організація за товарно-ринковим принципом).

Тема 4. Процес управління маркетингом

Процес управління маркетингом (аналіз ринкових можливостей, відбір цільових ринків, розробка комплексу маркетингу, перетворення в життя маркетингових засобів).

Споживацькі ринки та купівельна поведінка споживачів. Сегментація ринку (географічна, демографічна, соціально-культурна, поведінкова, психологічна сегментація). Критерії відбору ринкових сегментів.

Ринок підприємств та поведінка споживачів від імені підприємств.

Тема 5. Маркетингові дослідження

Сутність, мета та завдання маркетингових досліджень, їх структура в розрізі двох основних напрямків, у тому числі дослідження ринку, дослідження потенціальних можливостей власної фірми.

Основні об'єкти маркетингових досліджень, методи проведення маркетингових досліджень. Види проведення маркетингових досліджень. Організаційні форми проведення маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження ринку (кон'юнктура та прогнозування дослідження збуту, дослідження поведінки покупців).

Тема 6. Маркетингова інформація

Системи маркетингової інформації (система внутрішньої звітності, система збору зовнішньої потокової маркетингової інформації, система маркетингових досліджень, система аналізу маркетингової інформації).

Принципи збору маркетингової інформації. Схеми маркетингових досліджень (виявлення проблем та формування цілей дослідження, відбір джерел інформації, збір інформації, аналіз зібраної інформації, подання отриманих результатів).

Тема 7. Маркетингова товарна політика

Сутність та структура маркетингової товарної політики. Вивчити товар як інструмент торговельно-збутової діяльності: поняття товару; основні признаки товару; сукупність трьох складових частин товару; сукупність споживчих властивостей товару; класифікація товарів; етапи оцінки та конкурентоспроможності товару.

Тема 8. Планування нової продукції

Сутність та способи планування нової продукції. Дві стратегії планування нової продукції. Рівні створення товару. Умови, які дозволяють товар віднести до нового. Розробка нових товарів (генерація ідей, відбір ідей, розробка замислу товарів і його перевірка, розробка стратегії маркетингу, безпосередня розробка товару, пробний маркетинг, розвертання виробництва та комерційної реалізації продукції).

Тема 9. Маркетингова цінова політика

Сутність та значення маркетингової цінової політики. Два види цінової політики (безпосередній та непрямий).

Цілі цінової політики (забезпечення виживання, максимізація потокового прибутку, завоювання лідерства за показниками долі ринку, завоювання лідерства за показниками якості товару). Ціноутворення на різних типах ринків (ринок

чистої конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополістичний, чистої монополії).

Поняття цінової еластичності. Закон попиту. Розрахунок коефіцієнта цінової еластичності.

Тема 10. Установлення кінцевої ціни

Методика розрахунку вихідної ціни (цілі ціноутворення, визначення попиту, оцінка витрат, аналіз цін і товарів конкурентів, вибір методу ціноутворення, установлення кінцевої ціни). Державне регулювання цін (фіксування цін, підтримка роздрібних цін, цінова дискримінація, продаж по цінам нижче мінімально допустимих, підвищення цін). Установлення цін на новий товар («зняття вершків», стратегія впровадження на ринок, ціни на товар-імітатор).

Тема 11. Маркетингова комунікаційна політика

Сутність, значення та зміст маркетингової політики в сфері просування продукції. Комплекс маркетингових комунікацій, до якого входять реклама, стимулювання збуту, пропаганда та персональний продаж.

Етапи планування в просуванні продукції, в тому числі визначити цілі пошуків рекламної аргументації. Сутність, мета і завдання реклами. Носії комунікації. Процес розробки програми рекламної діяльності. Знайомство із сутністю стимулювання збуту, його програмою і такими засобами, як зразки, купони, упаковка за пільговою ціною, премії, залікові талони, експозиції і демонстрації товарів, заліки за покупки, за включення товару в номенклатуру, рекламу за устаткування експозицій, безплатний товар, премія-поштовх, спеціалізовані виставки, конкурси, лотерея та інше. Пропаганда та персональні продажі.

Тема 12. Маркетингова політика розподілу та товароруху.

Основні поняття, які характеризують канали розподілу (протяжність, ширина, рівні учасники), їх базисних типів (прямі і непрямі), функції оптової та роздрібною торгівлі. Політика контрактних відношень, співробітництво та конфлікти в каналах розподілу. Посередницька діяльність. Сутність посередницької діяльності, її принципи, завдання, функції, класифікація посередницьких підприємств і організацій, характеристики основних їх типів (брокерів, повірених, представників, комісіонерів, консигнаторів, дистриб'юторів), сучасні особливості розвитку посередницької діяльності за кордоном.

Тема 13. Стратегія планування, контроль маркетингу

Маркетингове стратегічне планування, процес створення стратегічної відповідності між цілями фірми, її потенціальними можливостями та шансами в середовищі маркетингу.

Маркетингове стратегічне планування опирається на програму фірми, виклад допоміжних цілей та завдань, сформований портфель замовлень, стратегію росту фірми. Сутність маркетингового планування. Розділи плану маркетингу та

їх зміст. Маркетинговий контроль. Типи маркетингового контролю (контроль за виконанням річних планів, контроль прибутковості, стратегічний контроль).

Тема 14. Міжнародний маркетинг

Суть міжнародного маркетингу, його середовище. Система міжнародної торгівлі. Економічне середовище. Політико-правове середовище. Культурне середовище. Рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок. Рішення про те, на які ринки вийти. Методи виходу на ринки (експорт, спільна діяльність, пряме інвестування). Рішення про структуру служби маркетингу (експортний відділ, міжнародний філіал, транснаціональна компанія).

ДИСЦИПЛІНА «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЙОГО ОПОДАТКУВАННЯ»

Тема 1. Підприємництво як сучасна форма господарювання

Характеристика підприємницької діяльності та її місце в умовах ринкової економіки. Поняття, форми та принципи підприємницької діяльності. Підприємництво як елемент бізнесу і господарювання. Моделі підприємницького бізнесу (класична, інноваційні).

Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності. Основні положення Господарського кодексу щодо підприємницької діяльності. Взаємовідносини підприємців і держави. Роль і значення підприємництва в економіці країни. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу.

Тема 2. Підприємництво як система ініціативної діяльності

Характеристика виробничої та посередницької діяльності. Структурні елементи(форми, види, суб'єкти) виробничої та посередницької підприємницької діяльності. Характеристика виробничої підприємницької діяльності. Характеристика посередницької діяльності.

Тема 3. Особливості розвитку малого і середнього бізнесу в Україні

Історичний розвиток малого і середнього бізнесу. Розвиток малого і середнього бізнесу як механізм припинення економічного спаду і структурної перебудови в Україні. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні. Державна підтримка малого і середнього бізнесу в Україні. Інфраструктура малого підприємництва. Особливості ведення бізнесу в зарубіжних країнах.

Тема 4. Підприємницька ідея та механізм її втілення

Пошук привабливих ідей бізнесу. Джерела ідей. Комплексне оцінювання ідей. Методи пошуку підприємницької ідеї: індивідуального творчого пошуку (аналогії, інверсії, ідеалізації); колективного пошуку («мозковий» штурм, конференція ідей, метод колективного блокнота); активізації пошуку (контрольних запитань, фокальних об'єктів, морфологічного аналізу). Прийняття рішення про визначення типу підприємства (самокерована та підприємницька

фірма). Особливості створення нових підприємств у сучасний період (реєстрація та ліцензування підприємницької діяльності в Україні).

Тема 5. Інноваційне підприємництво

Сутність інновацій та інноваційного підприємництва. Малі інноваційні фірми у створенні інноваційно-конкурентного середовища. Венчурне підприємництво, його види та проблеми розвитку в Україні. Фінансове та інвестиційне забезпечення інноваційного підприємництва. Стимулювання інноваційного підприємництва. Інноваційна активність малого і середнього підприємництва.

Тема 6. Управління інвестиційною діяльністю підприємства

Державне регулювання інвестиційної діяльності (правове, податкове регулювання; надання фінансової допомоги та пільгових кредитів; здійснення відповідної амортизаційної політики; участь інвесторів у приватизації; експертиза інвестиційних проектів; забезпечення захисту інвестицій тощо). Завдання і функції процесу управління інвестиційною діяльністю. Джерела формування інвестиційного потенціалу. Методи фінансування інвестиційних програм і проектів.

Тема 7. Взаємовідносини у підприємстві

Види договорів та їх характеристика у ринковій системі господарювання. Тверді вільні оферти – особлива форма укладання договору. Система підприємницьких дій (партнерських зв'язків) щодо реалізації проекту. Найважливіші форми співробітництва у різних сферах підприємницької діяльності. Підготовка підприємства до заключення договору. Форми співробітництва у сфері виробництва. Форми співробітництва у сфері товарообігу. Форми співробітництва у сфері фінансових відносин.

Тема 8. Ефективність підприємницької діяльності

Аналітична оцінка економічної і соціальної ефективності підприємництва. Основні етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності фірм. Об'єкти економічного аналізу підприємницьких виробничих структур. Система показників оцінки ефективності виробничо-господарської, бізнесово-фінансової діяльності підприємства.

Тема 9. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності

Сплата непрямих податків суб'єктами підприємницької діяльності (ПДВ, мито, акцизний податок). Оподаткування доходів суб'єктів підприємницької діяльності. Сплата місцевих податків і зборів. Єдиний податок.

3. ЗРАЗОК ЕКЗАМЕНЦІЙНОГО БІЛЕТА ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

1. Тестові завдання
 1. До видів попиту на робочу силу відносять:
 - 1) індивідуальний, загальнодержавний;
 - 2) індивідуальний та сукупний;
 - 3) індивідуальний та загальний;
 - 4) немає вірної відповіді.
 2. Співвідношення між попитом на робочу силу та її пропозицією характеризується:
 - 1) трудодефіцитною ситуацією на ринку праці;
 - 2) кон'юнктурою ринку праці;
 - 3) навантаженням на одне вільне робоче місце;
 - 4) власний варіант відповіді.
 3. Якщо ціна робочої сили нижча від рівноважної, має місце :
 - 1) безробіття;
 - 2) дефіцит працівників;
 - 3) зниження рівня оплати праці;
 - 4) власний варіант відповіді.
 4. Функція ринку праці, що встановлює рівновагу між попитом та пропозицією робочої сили:
 - 1) ціноутворююча;
 - 2) регулююча;
 - 3) стимулююча;
 - 4) немає вірної відповіді.
 5. Основою розподілу суспільного багатства вважається принцип розподілу за:
 - 1) працею;
 - 2) кінцевим результатом праці;
 - 3) пропорційно витратам праці;
 - 4) за витратами та результатами праці.
6. Принцип розподілу за працею у ринковій економіці реалізується виходячи з:
 - 1) граничної продуктивності;
 - 2) витрат праці;
 - 3) кінцевого результату праці;
 - 4) власний варіант відповіді.
7. Гранична продуктивність працівника залежить від:
 - 1) граничної продуктивності продукції;
 - 2) попиту та пропозиції на відповідному ринку праці;
 - 3) структури попиту на працю;
 - 4) власний варіант відповіді.
8. У нормально функціонуючій ринковій економіці принцип розподілу за працею модифікується в принцип розподілу за:
 - 1) кінцевим результатом праці;
 - 2) витратами праці;
 - 3) граничною продуктивністю праці.
 - 4) немає вірної відповіді.
9. Як ціна робочої сили заробітна плата формується на:
 - 1) ринку праці;
 - 2) підприємстві;
 - 3) фондовому ринку;
 - 4) вільному ринку.
10. Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:
 - 1) юридичні особи тільки приватної форми власності;
 - 2) юридичні особи усіх форм власності; громадяни України та інших держав;
 - 3) військовослужбовці;
 - 4) посадові особи органів прокуратури.
11. До загальних показників ефективності використання основних засобів належить:
 - 1) коефіцієнт оборотності;
 - 2) фондвіддача;
 - 3) залишкова вартість;
 - 4) оборотність активів.

12. Який з нижченаведених об'єктів не належить до об'єктів інтелектуальної власності:

- 1) програмне забезпечення;
- 2) база даних;
- 3) банк даних;
- 4) «ноу-хау».

13. Працездатне населення в працездатному віці, зайняте в різних сферах суспільно – корисної праці це:

- 1) трудовий потенціал;
- 2) трудові ресурси;
- 3) економічно неактивне населення;
- 4) робітники.

14. Оберіть види виробничої потужності:

- 1) резервна, поточна, проектна;
- 2) резервна і валова;
- 3) резервна, економічна, кумулятивна;
- 4) економічна, поточна, валова.

15. Яку функцію не виконує інновація?

- 1) відтворювальну;
- 2) відновлювальну;
- 3) інвестиційну;
- 4) стимулюючу.

16. Найбільш точне визначення поняття «бренд» – це:

- 1) бренд – юридичний термін, що засвідчує право власності;
- 2) бренд – умовний цілісний образ, що складається з низки асоціацій;
- 3) бренд – перевага або вигода товару для споживача;
- 4) бренд – систематичний процес управління торговою маркою.

17. До методів нарахування амортизації відносять:

- 1) кумулятивний, виробничий, прямолінійний;
- 2) податковий, прямолінійний, кумулятивний;
- 3) податковий, зменшення залишкової вартості;
- 4) фінансовий, прямолінійний.

18. Товари, що витримують багаторазове використання – це:

- 1) товари тривалого використання;

- 2) товари короткострокового використання;
- 3) товари повсякденного попиту;
- 4) споживчі товари.

19. Виробничий процес – це:

- 1) сукупність дій людей та засобів праці, необхідних для виготовлення продукції;
- 2) сукупність взаємопов'язаних дій людей, засобів праці та сил природи, потрібних для виготовлення продукції.
- 3) це переробка сировини для виготовлення продукції;
- 4) вірної відповіді немає.

20. «Рекламний слоган» - це:

- 1) мистецтво створювати сприятливий клімат, сприятливе відношення до фірми-продавця не тільки потенційних клієнтів, але й широких мас публіки;
- 2) реклама методом прямої поштової розсилки, засіб виходу на ринок з мінімальними витратами;
- 3) заголовок рекламного послання, його важлива складова частина;
- 4) радіореклама.

21. Яка з наведених ознак не є обов'язковою для підприємства:

- 1) статут;
- 2) рахунок в банку;
- 3) ліцензія;
- 4) назва.

22. Маркетингова товарна політика – це:

- 1) комплекс заходів, в рамках яких товари використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми;
- 2) визначений курс дій, принципи поведінки підприємства на товарному ринку;
- 3) сукупність засобів впливу на споживача за допомогою товару;
- 4) комплекс заходів зі створення товарів і управління ними для задоволення потреб споживачів та отримання підприємством прибутку.

23. Рівні сприймання товару, як носія функціонально-корисних властивостей:

- 1) марка товару, задум товару, образ товару;

- 2) товар особистого попиту, товар пасивного попиту;
 3) споживчий товар, товар повсякденного попиту;
 4) товар за задумом, реальне виконання товару, товар з підкріпленням.
24. Однією з переваг акціонерних товариств є:
- 1) існування обмеженої відповідальності акціонерів;
 - 2) гарантоване збереження комерційних таємниць;
 - 3) максимально можливі спонукальні мотиви акціонерів до ефективного господарювання;
 - 4) мінімізація господарського ризику.
25. Заробіток робітника за відрядно-преміальною системою визначається:
- 1) множенням годинної тарифної ставки на кількість відпрацьованих годин;
 - 2) множенням годинної тарифної ставки на кількість фактично відпрацьованих годин та середній коефіцієнт виконання норм виробітку всіма працівниками;
 - 3) посадовими окладами;
 - 4) як сума відрядного заробітку і премії.
26. Рівень матеріальних витрат підприємства (без урахування амортизації) на одиницю продукції характеризує показник:
- 1) матеріаловіддача;
 - 2) матеріаломісткість;
 - 3) рентабельність матеріальних витрат;
 - 4) фондоемність.
27. В Україні не діють такі стандарти:
- 1) галузеві;
 - 2) державні;
 - 3) міжнародні;
 - 4) місцеві.
28. Яку стратегію використовує підприємство, що розширює номенклатуру продукції та виступає з новими товарами на нових ринках:
- 1) виживання;
 - 2) стабілізації;
 - 3) диверсифікації виробництва;
 - 4) зростання;
29. Якщо капіталізована вартість акцій – 200 тис. грн., а кількість емітованих акцій – 100 тис. шт., то ринкова вартість однієї акції:
- 1) 0,5 грн;
 - 2) 2 грн;
 - 3) 1 грн;
 - 4) визначити неможливо.
30. До форм добровільних об'єднань підприємств не відносять:
- 1) холдингові компанії;
 - 2) кооперативи;
 - 3) корпорації;
 - 4) фінансово-промислові групи.
31. Повна трудомісткість включає:
- 1) нормовану, фактичну та планову трудомісткості;
 - 2) нормовану та ненормовану трудомісткості;
 - 3) технологічну та виробничу трудомісткості;
 - 4) виробничу трудомісткість та трудомісткість управління.
32. Амортизації не підлягають:
- 1) нематеріальні активи;
 - 2) основні засоби, що знаходяться на консервації;
 - 3) витрати на придбання племінної худоби;
 - 4) всі перераховані.
33. Роздрібна ціна:
- 1) більше від оптової ціни реалізації на величину торговельної надбавки;
 - 2) більше від оптової ціни реалізації на величину ПДВ;
 - 3) більше від оптової ціни підприємства на величину на величину прибутку постачальницько-збутових організацій;
 - 4) ціна, за якою продукція реалізується іншим підприємствам.
34. Найбільша питома вага у запасах переважної більшості підприємств:
- 1) транспортного запасу;
 - 2) технологічного запасу;
 - 3) поточного запасу;
 - 4) страхового запасу.

35. Якщо вартість основних засобів на початок року становила – 15 млн. грн., з 1 квітня введено основних засобів на суму 3 млн. грн., з 1 травня введено основних фондів на суму 2 млн. грн., то середньорічна вартість основних засобів:
- 1) 15,92 млн грн;
 - 2) 16 млн грн;
 - 3) 14,42 млн грн;
 - 4) немає правильної відповіді.
36. Якщо продукція користується зростаючим попитом, то доцільним є:
- 1) введення додаткових виробничих потужностей;
 - 2) здійснення розширеного відтворення основних виробничих засобів;
 - 3) технічне переозброєння підприємства;
 - 4) всі відповіді правильні.
37. Економічно вигіднішою є:
- 1) відрядна форма зарплати;
 - 2) погодинна форма зарплати;
 - 3) відрядна чи погодинна форма зарплати залежно від умов виробництва;
 - 4) відрядна чи погодинна форма зарплати залежно від умов колективного договору.
38. Не проводиться індексація основних засобів:
- 1) включених до другої групи основних засобів;
 - 2) у разі дефляції;
 - 3) включених до першої групи основних засобів;
 - 4) якщо амортизовано понад 50 % первісної вартості.
39. До капітальних вкладень підприємства не належить:
- 1) реконструкція;
 - 2) розширення;
 - 3) амортизація;
 - 4) нове будівництво.
40. Найбільш узагальнюючим показником рентабельності діяльності підприємства є:
- 1) рентабельність продукції;
 - 2) рентабельність виробничого потенціалу;
 - 3) рентабельність витрат;
 - 4) рентабельність продажу.
41. Для амортизації нематеріальних активів застосовується метод амортизації:
- 1) кумулятивний;
 - 2) виробничий;
 - 3) прямолінійний;
 - 4) всі перераховані.
42. Система технічного обслуговування підприємства не включає:
- 1) ремонтно-механічний цех;
 - 2) ремонтні бази;
 - 3) комунальні мережі;
 - 4) складське господарство.
43. Додаткова зарплата визначається:
- 1) у відсотках від основної зарплати;
 - 2) як сума премії, надбавок і доплат;
 - 3) у відсотках від суми основної зарплати і премій;
 - 4) у відсотках від прибутку підприємства.
44. Грошовий потік включає:
- 1) прибуток, отриманий в результаті реалізації інвестицій;
 - 2) дохід від реалізації продукції в результаті реалізації інвестицій;
 - 3) амортизаційні відрахування;
 - 4) всі перераховані елементи.
45. Перший крок в алгоритмі процесу маркетингових досліджень – це:
- 1) визначення проблеми;
 - 2) збір та систематизація інформації;
 - 3) формування цілей і задач маркетингових досліджень;
 - 4) оцінка конкурентоспроможності підприємства.
46. Останній етап процесу маркетингових досліджень – це:
- 1) розробка дослідницького проекту;
 - 2) збір і систематизація інформації;
 - 3) прийняття маркетингових рішень;

- 4) визначення проблеми.
47. Коефіцієнт змінності роботи обладнання визначається як:
- 1) відношення фактичного часу роботи устаткування до нормативного часу роботи устаткування;
 - 2) добуток коефіцієнта екстенсивного використання основних виробничих засобів на інтегральний коефіцієнт;
 - 3) відношення суми відпрацьованих верстато-змін за добу до кількості встановлених верстатів;
 - 4) відношення фактичної продуктивності праці устаткування до можливої продуктивності праці устаткування.
48. Види виробничої структури підприємства:
- 1) поточна і планова;
 - 2) фактична і планова;
 - 3) звітна, базова, квартальна;
 - 4) вірної відповіді немає.
49. Які показники не належать до часткових показників використання основних засобів:
- 1) фондвіддача, фондомісткість;
 - 2) коефіцієнт екстенсивного та інтенсивного завантаження;
 - 3) коефіцієнт інтегрального використання ОВЗ;
 - 4) коефіцієнт змінності роботи обладнання.
50. Якщо норма виробітку занижена, то відрядна розцінка, установлена на її основі буде:
- 1) заниженою;
 - 2) завищеною;
 - 3) неточною;
 - 4) незмінною.

Голова фахової атестаційної комісії _____

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДЕЙ ВСТУПНИКА

Проведення фахового вступного випробування дає можливість виявити ступінь засвоєння програмних знань вступниками та вміння їх практичного застосування в процесі вивчення таких фахових дисциплін як «Економіка підприємства», «Стратегія підприємств», «Маркетинг», «Підприємництво та його оподаткування».

Під час проведення фахового вступного випробування забороняється використовувати нормативно-правові та нормативні акти (документи), підручники, навчальні посібники, інші джерела інформації та/або засоби зв'язку. У разі використання сторонніх джерел інформації особа відсторонюється від участі у випробуванні і вважається такою, що не склала його.

Кожен екзаменаційний білет складається 50 тестових завдань. Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, діючою 4-бальною шкалою та ЄКТС. Кожне з тестових завдань оцінюється сумою в два бали.

Розроблені наступні критерії оцінки знань студентів при виконанні екзаменаційного завдання у письмовій формі:

Завдання	Виконання	Кількість балів
Виконання комплексного тестового завдання	Одна правильна відповідь	2

Підсумкова оцінка за фахове вступне випробування виставляється за 100-бальною шкалою на підставі сумарної кількості балів.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в оцінки за системою ЄКТС та 4-х бальну й 2-х бальну шкалу здійснюється в такому порядку:

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, діючою 4-бальною шкалою та ЄКТС. Кожне з тестових питань оцінюється сумою в 1 бал. Максимальна кількість балів, при оцінюванні знань вступника, під час фахових вступних випробувань, виставляється за правильні відповіді на всі питання роботи.

Підсумкова оцінка за фахове вступне випробування виставляється за 100-бальною шкалою на підставі сумарної кількості балів.

Переведення даних 100-бальної шкали оцінювання в оцінки за системою ЄКТС та 4-х бальною шкалою.

Оцінка за бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Еквівалент оцінки за 4-х бальною шкалою	Еквівалент оцінки за 2-х бальною шкалою
90-100	A	відмінно	склав
80-89	B	добре	
70-79	C		
60-69	D		
50-59	E	задовільно	не склав
35-49	FX	незадовільно	
0-34	F		

Отримані оцінки свідчать про наступне.

Відмінно (5, A, 90–100 балів) – глибоке і повне опанування змісту навчального матеріалу, в якому абітурієнт легко орієнтується, володіння понятійним апаратом, уміння пов'язувати теорію з практикою, вирішення практичного завдання, вміння висловлювати та обґрунтовувати свої судження.

Добре (4, B, C, 70–89 балів) – повне засвоєння навчального матеріалу, володіння понятійним матеріалом, орієнтування у вивченому матеріалі свідоме використання знань для вирішення практичних задач.

Задовільно (3, D, E, 50–69 балів) – знання і розуміння основних положень навчального матеріалу.

Незадовільно (2, FX, F, 0–49 балів) – абітурієнт має розрізнені, безсистемні знання, не вміє виділяти головне і другорядне, демонструє повне незнання і нерозуміння навчального матеріалу або відсутня відповідь.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами від 11.03.2007 [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Терноп. нац. екон. ун-т.— 2-е вид., переробл. та допов. — К. : Центр учб. л-ри, 2012. — 303 с.
3. Гриньова В. М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства / Гриньова В. М., Бутенко Д. С. — Х. : ХНЕУ, 2013. — 227 с.
4. Гриньова В.М. Економіка праці та соціально-трудова відносини. [Текст] : Навч. посіб. / В.М. Гриньова, Г.Ю. Шульга. - К.: "Знання", 2010. - 310 с.
5. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини : Підручник / О.А. Грішнова. — 5-те вид., оновлене. — К. : Знання, 2011. — 390 с.
6. Економіка праці і соціально-трудова відносини: навчальний посібник / В.М. Ковальов, В.С. Рижиков, О.Л. Єськов; Ред. В.М Ковальов. - Київ : Центр навчальної літератури, 2006. - 256 с.
7. Економіка праці і соціально-трудова відносини: Навчальний посібник / Акіліна О.В., Ільч Л.М. - К.: Алерта, 2010. - 734с.
8. Економіка підприємства : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.В.Краснова та ін.]; за заг. ред. В. В. Краснової; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т, Екон. ф-т. — Донецьк : ДонНУ, 2012. — 501 с.
9. Економіка підприємства : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл. / С.П.Кирильчук та ін.]; за заг. ред. С. П. Кирильчук; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Крим. екон. ін-т, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". — Сімф. : КНЕУ ім. В.Гетьмана, 2013. — 442 с.
10. Економіка підприємства: проблеми та перспективи розвитку : матеріали І всеукр. наук.-практ. конф. студ., аспірантів та молодих вчених : 18-19 груд. 2012 р., м. Дніпропетровськ / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. вищ. навч. закл. "Нац. гірн. ун-т"; [відп. ред. В. М. Шаповал]. — Д. : НГУ, 2013. — 100 с.
11. Кодекс законів про працю України. —К.: Парламентське вид-во, 2003.
12. Крупка Ю. М. Правові основи підприємницької діяльності : навчальний посібник / Ю.М. Крупка. — К.: Юрінком Інтер, 2008. — 480 с.
13. Основи бізнесу: [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В.М. Фомішина, С. І. Чеботар — К. : Академвидав, 2009. — 384 с.
14. Основи підприємництва: [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] / В.І.Депутат, О. О.Кожемяченко, Л. В.Овчаренко, Т. П.Ткаченко. — К. : КНТ, 2009. — 64с.
15. Підприємництво та його оподаткування [текст]: навч. посіб. 2-е вид. перероб. та доп. / Л.М. Гаєвська,О.І. Марченко,Т.В. Паєнтко - К.: "Центр учбової літератури", 2014. — 165 с.
16. Податковий кодекс України: від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний ресурс] - режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
17. Про інноваційну діяльність: закон України № 40-IV від 04.07.2002 //

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

18. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні: закон України № 433-IV від 16.01.2003 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

19. Сумець О. М. Витрати підприємства як об'єкт управління / О.С. Сумець, С. С. Васюта, П. С. Сиромятніков; Акад. внутр. військ МВС України, Каф. менеджменту й віськ. госп-ва.— Препринт. — Х. : Міськдрук, 2012. — 37 с.

20. Транченко Л.В. Економіка праці та соціально-трудова відносина [Текст] : Посібник / Л.В. Транченко . - К.: "Ліра-К", 2008.-184с.

21. Управление персоналом организации. [Текст] : Учебник / Под. Ред. А.Я.Кибанова. -2-е зд. —М.: ИНФРА-М, 2002. -640с.

22. Цигилик І.І. Організація оплати праці як важливий чинник забезпечення високої ефективності діяльності підприємства [Текст] / І.І. Цигилик // Економіка, фінанси, право. – 2009. – №10. – С.22-24.

23. Шаманська О.І. Інноваційна діяльність підприємств України: проблеми сьогодення та перспективи розвитку/ О.І. Шаманська, В. П. Олійник// «Ефективна економіка». - 2013.- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2560>

24. Шевців Л.Ю. Логістичні витрати підприємства: формування та оцінювання / Л. Ю. Шевців, І. Петецький; [наук. ред. Є.В. Петецький]; М-во фінансів України, Львів. держ. фін. акад. — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2011. — 243 с.

Голова фахової атестаційної комісії
