

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

ПРОГРАМА
фахового вступного випробування
для вступників на навчання
на факультет соціально-економічного управління денної та заочної форм
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за
спеціальністю 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"
галузі знань 07 "Управління та адміністрування" за освітньо-професійною
програмою "Організація та економіка підприємницької діяльності" на
основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодший спеціаліст, здобутого за
непрофільним напрямом підготовки

«ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ»

1. Закон пропозицій. Закон попиту.
2. Характеристика моделей ринку.
3. Сутність, структура та види економічного циклу.
4. Державний борг та його види.
5. Суть закону вартості, його роль і функції.
6. Функція виробничих можливостей. Крива виробничих можливостей.
7. Ринок як економічна категорія, його роль і функції.
8. Процес ринкового ціноутворення під дією сил попиту і пропозиції.
9. Безробіття, його причини, види, форми та соціально-економічні наслідки.
10. Зовнішньоекономічна діяльність держави. Валютний курс.

«МЕНЕДЖМЕНТ»

1. Організація та її характеристики.
2. Формальні та неформальні організації.
3. Внутрішні змінні організації: цілі, структура, задачі, технологія, люди.
4. Зовнішнє середовище організації.
5. Ролі і функції керівника.
6. Вертикальний, горизонтальний і функціональний розподіл праці.
7. Еволюція менеджменту як наукової дисципліни.
8. Комунікаційний процес в організації.
9. Проведення зборів, засідань, нарад в організації.
10. Елементи комунікаційного процесу.
11. Інформаційне забезпечення та інформаційна система.
12. Система внутрішньої і зовнішньої інформації.

13. Значення інформації для прийняття якісних управлінських рішень.
14. Визначення управлінського рішення.
15. Процес прийняття управлінського рішення.

«МАРКЕТИНГ»

1. Сутність маркетингу як науки.
2. Об'єкти, суб'єкти та цілі маркетингу.
3. Еволюція розвитку маркетингу як науки.
4. Концепції маркетингу.
5. Принципи, функції, елементи комплексу маркетингу.
6. Види маркетингу.
7. Поняття сегменту та ніші.
8. Позиціонування товару на ринку. Підходи щодо позиціонування.
9. Стратегії охоплення ринку.
10. Складові маркетингової товарної системи.
11. Теорія життєвого циклу товарів.
12. Типи ринку і політика ціноутворення.
13. Збут та його види.
14. Сутність просування та його види.
15. Сутність реклами та її види.

Орієнтований перелік питань:

1. Які потреби у піраміді А. Маслоу знаходяться на другому рівні?
2. Послідовність виконання функцій управління в циклі менеджменту?
3. Менеджмент – це ...?
4. Товар у маркетингу – це ...?
5. Як успішний менеджер реагує на зміни ринку?
6. Менеджмент починається з ...?

7. Менеджмент можна розглядати як ...?
8. Остаточною метою менеджменту є ...?
9. Сегмент ринку характеризується ...?
10. До основних елементів комплексу маркетингу належать ...?
11. Суб'єкт, що займається бізнесом – це ...?
12. “Ринок покупця” характеризується тим, що ...?
13. Маркетингові дослідження – це ...?
14. Якими можуть бути цілі маркетингових досліджень?
15. Якщо спостереження здійснюється в природних умовах, воно має назву...?
16. “Ринок продавця” має місце коли ...?
17. Організація — це група людей, діяльність яких координується задля досягнення ...?
18. Засіб праці – це ...?
19. До підприємницької структури належать підрозділи, що ...?
20. У залежності від призначення розрізняють товари ...?
21. До системи економічних факторів держави в ринкових умовах не відносяться ...?
22. Яка ознака є головною відмінною рисою натурального господарства?
23. До людських ресурсів виробництва не належать ...?
24. Яке з визначень вірно розкриває сутність товару як економічної категорії?
25. Вартість це:
26. Бізнесмен вкладає в справу ...?
27. Науково-технічний прогрес – це ...?
28. Національне багатство держави включає ...?
29. Що з перерахованого не належить до первинних доходів суб'єктів?
30. Ринок – це певний механізм ...?