

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»**

Схвалено Вченою радою
ВНЗ «Національна академія управління»
від «31» серпня 2021 р., протокол № 5

Голова Вченої ради

С.А. Єрохін

Введено в дію наказом ректора
№49-ОД від 31.08.2021 р.


**ПРОГРАМА ПІДСУМКОВОЇ АТЕСТАЦІЇ
(Атестаційного екзамену)**

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
кваліфікація: бакалавр маркетингу

Київ 2021

ПОГОДЖЕНО:

Гарант освітньої програми



(підпис)

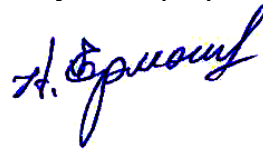
Т.В.Серкутан

(прізвище, ініціали)

РЕКОМЕНДОВАНО:

Кафедрою маркетингу, економіки, управління та адміністрування
протокол № 1 від «27» серпня 2021 року

Завідувач кафедри



М.М.Єрмошенко

Розробники:

Єрмошенко Микола Миколайович, доктор економічних наук, професор.

Штулер Ірина Юріївна, доктор економічних наук, професор.

Овчар Петро Андрійович, доктор економічних наук, доцент.

Серкутан Тетяна Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент.

Костинець Юлія Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент.

Громова Ярослава Андріївна, старший викладач.

ЗМІСТ

1. Пояснювальна записка.....	4
2. Структура програми Атестаційного екзамену.....	5
3. Зразок білету Атестаційного екзамену.....	18
4. Критерії оцінювання.....	19
5. Список рекомендованої літератури.....	20

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Мета Атестаційного екзамену – перевірка рівня знань здобувачів, їх системності, рівня володіння й оперування основними економічними категоріями і поняттями, розуміння економічного змісту сучасних технологій маркетингу та його складових.

Завдання Атестаційного екзамену – встановити рівень відповідності знань здобувачів програмним результатам навчання за освітньою програмою.

Комплексний кваліфікаційний екзамен передбачає виконання комплексу атестаційних завдань і є адекватною формою кваліфікаційних випробувань щодо об'єктивного визначення рівня якості освітньої та професійної підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Засобами оцінювання рівня та ступеня сформованості професійних компетентностей здобувачів є відповіді на теоретичні запитання та вирішення практичного ситуаційного комплексного завдання.

Атестаційний екзамен проводиться у письмовій формі.

Тривалість виконання - 3 години.

Підсумкова оцінка є сумою оцінок за кожним письмовим завданням екзаменаційного білету.

ВНЗ «Національна академія управління» забезпечує дотримання правил і процедури проведення Атестаційного екзамену шляхом:

- уніфікації умов проведення, засобів оцінювання, методик оброблення результатів опитування та форм їхнього подання;
- інформаційно-консультаційної та психологічної підготовки здобувачів до Атестаційного екзамену;
- використання критеріїв об'єктивного оцінювання.

Програма Атестаційного екзамену відтворює основні функціональні складові компетентнісної моделі здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, відповідає принципам валідності, інформативності, інноваційності, спрямована на вирішення прикладних і теоретико-методологічних завдань з обґрунтування управлінських рішень відповідно до узагальненого об'єкта діяльності.

При відповіді на письмові завдання екзаменаційного білету необхідно дотримуватися принципів академічної доброчесності та етики академічних відносин.

2. СТРУКТУРА ПРОГРАМИ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ

Атестаційний екзамен (комплексний кваліфікаційний екзамен) включає наступні навчальні дисципліни за блоками:

БЛОК 1: Питання з навчальних дисциплін циклу загальної підготовки:

Макроекономіка

Мікроекономіка

БЛОК 2: Питання з навчальних дисциплін циклу професійної підготовки:

Маркетинг

Маркетингові дослідження

Маркетингова товарна політика

Маркетингове ціноутворення

БЛОК 1: ПИТАННЯ З НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ЦИКЛУ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ:

Перелік питань, що виносяться на Атестаційний екзамен за навчальними дисциплінами

Навчальна дисципліна «МАКРОЕКОНОМІКА»

Тема 1. МАКРОЕКОНОМІКА ЯК НАУКА

Макроекономіка: місце і роль в розвитку економічної теорії. Предмет макроекономіки. Макромодель кругообігу ресурсів, продуктів і доходів у змішаній економіці. Основні макроекономічні суб'єкти та їхня взаємодія.

Макроекономіка як теоретична основа економічної політики. Інструментарій макроекономічного регулювання.

Методи макроекономічних досліджень. Макромоделі. Функції макроекономіки.

Основні етапи розвитку макроекономіки: економічна таблиця Ф.Кене; класична економічна теорія; кейнсіанська теорія; некейнсіанська та неокласична теорії.

Тема 2. МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНИХ РАХУНКІВ

Система національних рахунків як міжнародний стандарт макроекономічного рахівництва. Методологічні принципи системи національних рахунків. Основні категорії системи національних рахунків: інституціональна одиниця, сектори, економічні операції, рахунки.

Національна економіка та її агреговані показники. Основні макроекономічні показники: національний обсяг виробництва; загальний рівень цін; процентна ставка; зайнятість.

Система національних рахунків. Перехід до системи національних рахунків в Україні. Валовий випуск, кінцева та проміжна продукція. Валовий національний продукт (ВНП) і методи його обчислення за видатками та

доходами. Взаємозв'язок валового національного продукту (ВНП) з валовим внутрішнім продуктом (ВВП), з чистим національним продуктом (ЧНП), з національним доходом (НД), з особистим доходом, з доходом кінцевого використання. Номінальний та реальний ВВП. Дефлятор. Фактичний та потенційний ВВП.

Рух і розподіл національного продукту. Національне багатство. Функціональний та особистий розподіл доходів. Формування доходів.

Використання ВНП та НД для визначення рівня життя. Чистий економічний добробут (ЧЕД).

Тема 3. РИНОК ПРАЦІ

Зайнятість і безробіття. Населення як джерело робочої сили. Показники рівня використання робочої сили: рівень зайнятості, рівень безробіття, коефіцієнт участі в робочій силі. Види безробіття: фрикційне, структурне, циклічне, природне. Повна зайнятість, неповна зайнятість, надмірна зайнятість. Обчислення природного рівня безробіття.

Механізм ринку праці. Неокласична теорія ринку праці. Неокласична функція попиту на працю. Неокласична функція пропозиції праці. Графічна інтерпретація неокласичної моделі ринку праці. Кейнсіанська теорія ринку праці. Кейнсіанська функція попиту на працю. Кейнсіанська функція пропозиції праці. Графічна інтерпретація кейнсіанської моделі ринку праці.

Соціально-економічні наслідки від безробіття. Закон Оукена.

Тема 4. ТОВАРНИЙ РИНОК.

Структура сукупного попиту. Фактори, які впливають на споживчий попит, інвестиційний попит, попит держави та попит закордону.

Крива сукупного попиту AD. Цінові та нецінові фактори, що визначають сукупний попит.

Сукупна пропозиція та фактори, що її визначають. Крива сукупної пропозиції AS.

Цінові та нецінові фактори, що визначають сукупну пропозицію.

Рівновага сукупного попиту та сукупної пропозиції. Три варіанти макро-рівноваги.

Мультиплікатор у моделі AD – AS.

Тема 5. ГРОШОВИЙ РИНОК

Пропозиція грошей. Сутність пропозиції грошей та грошові агрегати. Грошова база і її компоненти: готівка і банківські резерви, обов'язкові й надлишкові резерви. Грошовий мультиплікатор, коефіцієнт готівки, резервна норма. Мультиплікація грошової бази банківською системою. Грошова пропозиція як функція процентної ставки і крива пропозиції грошей.

Попит на гроші. Класична теорія попиту на гроші. Рівняння грошового попиту кількісної теорії грошей. Кейнс про мотиви попиту на гроші. Кейнсіанське рівняння попиту на гроші і функція попиту на гроші. Процентна ставка як ціна грошей

Механізм грошового ринку. Рівновага на грошовому ринку. Роль банківської системи в формуванні та функціонуванні грошового ринку

Тема 6. ІНФЛЯЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ

Сутність та види інфляції. Темп інфляції та методи його обчислення. Види інфляції залежно від її темпів: помірна, галопуюча, гіперінфляція. Інфляція попиту, інфляція витрат. Очікувана і неочікувана інфляція.

Причини та наслідки інфляції. Кейнсіанська теорія щодо причини інфляції та її недоліки. Роль грошей в інфляційному механізмі: монетаристський та кейнсіанські підходи. Чинники інфляції попиту і витрат. Інфляційні очікування. Наслідки високої інфляції.

Інфляція і безробіття. Крива Філіпса.

Тема 7. СПОЖИВАННЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ

Доходи домогосподарств як джерело споживання. Доходи і витрати домогосподарств у моделі економічного кругообігу. Особистий дохід у приватній закритій економіці та його складові. Особистий дохід у приватній закритій економіці та його складові. Особистий наявний дохід у приватній закритій економіці: його кількісна визначеність та розподіл. Заощадження та споживання домогосподарств. Зв'язок між диференціацією доходів і споживанням. : крива Лоренца, децільний коефіцієнт, коефіцієнт Джині.

Кейнсіанська функція споживання. Гранична схильність до споживання та заощаджень. Чинники, що впливають на граничну схильність до споживання. Гранична схильність до споживання та заощаджень. Гранична схильність до споживання та заощаджень. Середня схильність до споживання та заощаджень. Індуцьоване та автономне споживання. Чинники автономного споживання: багатство, заощадження.

Функції споживання з урахуванням фактору часу. Теорія Фішера про міжчасовий вибір споживача. Вплив на споживання поточного доходу, заощаджень та позик. Гіпотеза життєвого циклу Модільяні. Функція споживання за гіпотезою життєвого циклу. Гіпотеза постійного доходу. Функція споживання за гіпотезою постійного доходу.

Тема 8. ПРИВАТНІ ІНВЕСТИЦІЇ

Інвестиції в основний капітал. Кейнсіанська функція інвестицій. Гранична ефективність капіталу. Графічна та математична інтерпретація кейнсіанської функції інвестицій.

Неокласична функція інвестицій. Бажаний обсяг капіталу, граничні витрати на капітал, очікуваний обсяг виробництва. Модель гнучкого акселератора. Математична інтерпретація кейнсіанської функції інвестицій. інтерпретація неокласичної функції інвестицій.

Проста інвестиційна функція. Процентна ставка і прибутковість інвестиційних проектів. Бухгалтерський метод визначення прибутковості інвестиційних проектів. Метод чистої дисконтованої вартості. Графічна інтерпретація простої інвестиційної функції. Зміна автономних інвестицій та її графічна інтерпретація. Чинники автономних інвестицій: технічний прогрес, рівень забезпеченості основним капіталом, податки на підприємців, ділові очікування Інвестиції в основний капітал. Кейнсіанська функція інвестицій. Гранична ефективність капіталу. Графічна та математична інтерпретація кейнсіанської функції інвестицій. Неокласична функція інвестицій. Бажаний обсяг капіталу, граничні витрати на капітал, очікуваний обсяг виробництва.

Математична інтерпретація неокласичної функції інвестицій.

Модель простого акселератора.

Заощадження та інвестиції. Заощадження як джерело і фінансове обмеження інвестицій. Залежність заощаджень від доходу. рівновага між заощадженнями та інвестиціями як закон-тенденція. Класичний механізм урівноваження заощаджень з інвестиціями. Кейнсіанський механізм урівноваження заощаджень з інвестиціями. Роль фінансової системи в трансформації заощаджень в інвестиції. Фінансові посередники.

Тема 9. СУКУПНІ ВИТРАТИ І ВВП

Сукупні витрати і рівноважний ВВП. Визначення рівноважного ВВП на основі методу «витрати–випуск». Фактичні та заплановані витрати. Модель «кейнсіанський хрест». Визначення рівноважного ВВП за методом «вилучення–ін'єкції». Заплановані та незаплановані інвестиції. Модель «заощадження–інвестиції».

Мультиплікатор витрат. Індуційовані й автономні витрати. Алгебраїчна модель простого мультиплікатора та його сутнісне визначення. Механізм мультиплікації автономних витрат. Ефект мультиплікатора та його математична та графічна інтерпретація.

Сукупні витрати і потенційний ВВП. Рецесійний розрив як наслідок дефіциту автономних витрат в умовах неповної зайнятості. Графічна та математична інтерпретація рецесійного розриву. Інфляційний розрив як наслідок надлишку автономних витрат в умовах повної зайнятості. Графічна та математична інтерпретація інфляційного розриву.

Тема 10. ЕКОНОМІЧНА ДИНАМІКА

Основні засади теорії економічного зростання. Два способи збільшення обсягів виробництва. сутність економічного зростання та його показники. Економічне зростання та економічний розвиток. Екстенсивне та інтенсивне зростання економіки. Основні положення кейнсіанської теорії економічного зростання. основні положення неокласичної теорії економічного зростання.

Модель Солоу. Основні передумови моделі Солоу. Вплив нагромадження капіталу на капіталоозброєність. Умови формування стійкої капіталоозброєності. Вплив приросту населення на капіталоозброєність. Граничні інвестиції. Вплив технічного прогресу на капіталоозброєність через зростання ефективності праці. Технічний прогрес як нескінчений фактор економічного зростання. Золоте правило нагромадження капіталу.

Джерела економічного зростання. Внесок факторів виробництва в економічне зростання. Рівняння, що описує внесок капіталу і праці у приріст продукту. Внесок технічного прогресу в приріст продукту. Рівняння, що описує економічного зростання з урахуванням усіх факторів. Залишок Солоу.

Економічні цикли. Сутність та структура економічного циклу. Характеристика фаз економічного циклу. Два напрями теорій економічного циклу. Основні теорії економічного циклу. Модель мультиплікатора-акселератора.

Тема 11. ДЕРЖАВА В СИСТЕМІ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Роль держави в економічному кругообігу. Модель економічного кругообігу з урахуванням держави. Державні видатки. Позики уряду. Перерозподільна функція держави. Стабілізаційна функція держави.

Вплив держави на умови формування економічної рівноваги. Модель економічної рівноваги за методом «витрати–випуск». Трансформація функції споживання з урахуванням держави. Модель економічної рівноваги за методом «вилучення–ін’єкції». Вплив держави на кількісну визначеність приватних заощаджень. Державні та національні заощадження. Рівновага між національними заощадженнями та національними інвестиціями. Рівновага між приватними інвестиціями і внутрішніми джерелами їх фінансування.

Дискреційна фіскальна політика. Вплив державних закупівель на ВВП. Мультиплікатор витрат у змішаній закритій економіці. Вплив чистих податків на ВВП. Мультиплікатор податків. Спільний вплив фіскальних інструментів на ВВП і державний бюджет. Мультиплікатор збалансованого бюджету.

Не дискреційна (автоматична) фіскальна політика. Автоматичні чисті податки як вмонтовані стабілізатори. Стабілізаційний вплив на економіку не дискреційної фіскальної політики в умовах падіння та зростання обсягів виробництва. ефект гальмування динаміки ВВП.

Сутність монетарної політики. Кінцеві цілі монетарної політики та зв'язок між ними. Проміжні цілі монетарної політики та проблема їх вибору. Інструменти монетарної політики: операції на відкритому ринку, операції на валютному ринку, облікова (дисконтна) ставка, нормативи обов'язкового резервування.

Монетарна політика в моделі $AD-AS$. Монетарна політика на основі каналу «процентна ставка – інвестиції». Наслідки впливу на економіку стимулюючої монетарної експансії в короткостроковому періоді та їх графічна інтерпретація. Наслідки впливу на економіку монетарної експансії в довгостроковому періоді та їх графічна інтерпретація. Нейтральність грошей у довгостроковому періоді.

Тема 12. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Платіжний баланс. сутність та методологія складання платіжного балансу. Дебетові та кредитові операції. Еквівалентний обмін цінностей і трансферти. Автономна стаття «Помилки та упущення». Рахунок поточних операцій та його складові. Рахунок капітальних операцій і зміст його складових. Взаємозв'язки рахунків. Модель платіжного балансу. Модель балансу автономних операцій. Резервні активи як регулююча стаття платіжного балансу.

Валютний курс. Валюта та його види. Номінальний валютний курс і способи котирування валюти. Чинники, що впливають на номінальний валютний курс. Паритет купівельної спроможності. Фіксований і плаваючий валютний курс. Модель реального валютного курсу. Двосторонній і багатосторонній валютний курс.

Вплив зовнішньої торгівлі на економіку. Вплив зовнішньої торгівлі на умови формування рівноважного ВВП, обчисленого за методом «витрати–випуск». Гранична схильність до імпорту. Функція споживання у відкритій

економіці. Вплив зовнішньої торгівлі на умови формування економічної рівноваги, визначеної за методом «вилучення-ін'єкції». Країна як чистий дебітор або як чистий кредитор. Чинник, що впливають на чистий експорт. Функція чистого експорту. Вплив чистого експорту на ВВП, мультиплікатор витрат у відкритій економіці.

Навчальна дисципліна «МІКРОЕКОНОМІКА»

Тема 1. ПРЕДМЕТ І МЕТОД МІКРОЕКОНОМІКИ

Мікроекономіка як складова частина теоретичної економіки. Проблема обмеженості ресурсів і необхідності вибору. Альтернативність цілей використання обмежених ресурсів і раціональність поведінки суб'єктів ринкових відносин. Макро- та мікроекономіка як найважливіші складові сучасної теоретичної економіки, як методологічна, термінологічна, інструментальна база конкретних економічних дисциплін.

Предмет, концептуальні основи та методологія мікроекономіки. Предмет курсу. Суб'єкти та об'єкти економічних відносин на мікрорівні. Індивід. Домогосподарство. Ділова одиниця (фірма). Держава.

Методологія мікроекономічного аналізу. Мікроекономічні моделі. Нормативна і позитивна мікроекономіка.

Мета, завдання і зміст дисципліни. Мета та завдання дисципліни. Взаємозв'язок з іншими дисциплінами.

Тема 2. ТЕОРІЯ ГРАНИЧНОЇ КОРИСНОСТІ Й ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧА

Корисність в економічній теорії і проблема її виміру. Потреби, види потреб. Економічні блага. Поняття корисності. Сукупна та гранична корисність. Функція корисності.

Закон спадної граничної корисності блага. Процес споживання та динаміка зміни сукупної та граничної корисності. Перший закон Госсена. Закон спадної граничної корисності блага.

Рівновага споживача з кардиналістських позицій. Поняття «рівновага споживача». Модель споживання набору благ. Другий закон Госсена. Еквімаржинальний принцип досягнення раціонального вибору та рівновага споживача.

Тема 3. ОРДИНАЛІСТСЬКА ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Вибір споживача з ординалістських позицій. Вподобання та привабливість, вподобання та вибір. Припущення щодо системи вподобань споживача.

Криві байдужості, їх властивості. Особливості аналізу функції корисності з ординалістських позицій. Криві байдужості як спеціальний інструментарій мікроекономічного аналізу. Окремі випадки конфігурації кривих байдужості. Гранична норма заміщення благ.

Бюджетна лінія. Бюджетне обмеження і можливості споживача. Поняття нахилу бюджетної лінії. Вплив зміни доходу споживача на розміщення бюджетної лінії та процес споживання.

Оптимум споживача як модель раціонального споживчого вибору.

Рівновага споживача: економічна, алгебраїчна, графічна інтерпретація. Різні випадки досягнення рівноваги: кутова і внутрішня.

Тема 4. АНАЛІЗ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА

Реакція споживача на зміну його доходу. Лінія «дохід – споживання». Нахил лінії як свідчення відношення споживача до благ. Поняття «повноцінних» і «неповноцінних» благ. Крива Енгеля. Функції Торнквіста.

Реакція споживача на зміну цін товарів. Лінія «ціна - споживання». Траєкторія розвитку споживання як результат зниження цін. Побудова лінії індивідуального попиту споживача.

Ефект заміщення та ефект доходу. Розкладання сукупної зміни обсягу попиту на дві складові: ефект доходу та ефект заміщення. Одно- та різнонаправлений вплив ефектів (за Слуцьким, за Хіксом). Парадокс Гіффена. Ефекти заміщення і доходу як основа побудови функції індивідуального попиту на благо в ординалістській теорії корисності.

Прийняття рішень в ситуаціях з ризиком. Невизначеність та ризик. Схильність та несхильність споживача до ризику. Ризик та ефективні рішення.

Тема 5. ПОПИТ І ПРОПОНУВАННЯ, ЇХ ВЗАЄМОДІЯ

Попит і закон попиту. Ринковий попит як сума індивідуального попиту всіх споживачів певного товару. Функція попиту. Закон попиту та його пояснення базовими положеннями теорії поведінки споживача. Аналіз зміни попиту загалом та величини (обсягу) попиту.

Пропонування і закон пропонування. Функція пропонування. Закон пропонування.

Аналіз змін пропонування загалом та величини (обсягу) пропонування.

Взаємодія попиту і пропонування. Поняття ринкової рівноваги. Визначення рівноважної ціни та рівноважної кількості товару. Вплив змін попиту й пропонування на стан рівноваги, рівноважну ціну та рівноважну кількість товару на ринку. Сталість і динамічність ринкової рівноваги.

Поняття про надлишок споживача і надлишок виробника.

Еластичність попиту і пропонування. Концепція еластичності взаємозв'язаних показників. Еластичність попиту за чинниками впливу: за власною ціною блага, за ціною взаємодоповнюючого або взаємозамінюваного блага (перехресна еластичність), за доходом. Взаємозв'язок між ціною та валовим виторгом за різної еластичності.

Тема 6. МІКРОЕКОНОМІЧНА МОДЕЛЬ ПІДПРИЄМСТВА

Підприємство як суб'єкт ринку та виробничо-ринкова система. Спрощена схема ринково-виробничої системи.

Фактори виробництва, їх групування. Мотивація поведінки підприємства. Основні види вибору підприємства: що виробляти, як виробляти, для кого виробляти. Фактор часу і періоди у функціонуванні підприємства. Поняття оптимального та рівноважного станів підприємства.

Параметри підприємства як мікроекономічної моделі. Поняття і параметри виробничої функції. Сукупний, середній та граничний продукт. Витрати виробництва. Сукупні, середні та граничні витрати. Поняття загального (сукупного, валового), середнього та граничного виторгу.

Прибуток як кінцевий результат діяльності підприємства.

Частинна варіація факторів виробництва. Виробнича функція з одним змінним фактором. Правило спадної віддачі (продуктивності) змінного фактору виробництва. Еластичність випуску.

Ізоквантна варіація факторів виробництва. Виробнича функція з двома змінними факторами. Ізокванта. Взаємозамінність факторів виробництва. Гранична норма технічного заміщення.

Пропорційна варіація факторів виробництва. Постійна (стала), спадна та зростаюча віддача від масштабу. Причини позитивного та негативного ефекту від масштабу. Еластичність масштабу та взаємозв'язок з еластичністю випуску.

Оптимум виробника. Вибір комбінації виробничих факторів за критеріями мінімізації витрат чи максимізації випуску. Ізокоста. Рівновага виробника: графічна, алгебраїчна, економічна інтерпретація.

Тема 7. ВИТРАТИ І РЕЗУЛЬТАТИ ВИРОБНИЦТВА

Витрати виробництва в короткостроковому періоді. Економічні та бухгалтерські витрати. Поняття альтернативних витрат. Постійні та змінні витрати. Типовий характер зміни витрат в короткостроковому періоді. Закон зростаючих граничних витрат (зниження доходності).

Витрати в довгостроковому періоді. Ізоквантна, пропорційна та ізокоста варіації факторів виробництва та функція витрат. Криві довгострокових витрат, їх види. Концепція мінімально ефективного розміру підприємства. Варіанти технологічного вибору фірми у розробці довгострокової стратегії.

Тема 8. РИНОК ДОСКОНАЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

Модель ринку досконалої конкуренції та її характеристики. Ознаки й умови досконалої конкуренції. Ринковий попит на продукцію фірми за умов досконалої конкуренції.

Ринкова поведінка підприємства в короткостроковому періоді. Визначення оптимальних обсягів випуску: два підходи. Поведінка підприємства за умов зміни ринкової ситуації. Пропонування фірми і галузі в короткостроковому періоді. Рівновага фірми та галузі.

Ринок досконалої конкуренції в довгостроковому періоді. Рухомість ринкового попиту й пропонування. Пропонування фірми в довгостроковому періоді. Тривала рівновага підприємства, галузі, ринку та механізм її підтримки. Ефективність ринку досконалої конкуренції.

Тема 9. МОНОПОЛЬНИЙ РИНОК

Модель «чистої монополії» та її характеристики. Ознаки «чистої монополії». Економічні, адміністративні та правові бар'єри вступу до монопольного ринку. Монополія і монопольна влада. Різновиди монополій. Діагностування монопольної влади. Монополістичний спосіб дій. Монопольний ринок у короткостроковому та довгостроковому періодах. Крива попиту монополіста. Вибір монополістом ціни й обсягу виробництва. Вплив на поведінку монополіста цінової еластичності попиту. Пропонування монополіста та особливості її формування. Визначення монопольної ціни. Цінова диференціація та дискримінація. Рівновага фірми-монополіста в

довгостроковому періоді. Досягнення та утримання ринкової влади.

Особливості функціонування реальних монополізованих ринків. Аналіз поведінки реальних монополій. Економічні наслідки монополізації галузі. Порівняльна оцінка конкурентного та монопольного ринків. Потреба державного регулювання монополії, антимонопольна політика.

Тема 10. ОЛІГОПОЛІЯ І МОНОПОЛІСТИЧНА КОНКУРЕНЦІЯ

Основні ознаки олігополії. Нечисленність підприємств в олігополістичних галузях. Загальна взаємозалежність олігополістів. Однорідність або диференційованість продукту. Високі бар'єри для вступу до галузі. Асиметричність ринкової влади олігополістів.

Теоретичні моделі олігополії. Олігополістична взаємозалежність і еволюція способу дій учасника ринку. Ринкові лідери та аутсайтери. Узагальнення моделей дуополії за Штакельбергом. Модель дуополії Курно та Бертрана як відображення ринкової поведінки початківця. Моделювання поведінки олігополістів за функціями їх реакції на ринкові зміни. Стратегія постійного співвідношення цін. Теорія ігор в моделюванні олігополії.

Особливості організації олігополістичного ринку. Взаємозалежність олігополістів, цінові війни і схильність до змови. Таємні змови, мовчазні згоди і легальні угоди. Картелі. Нецінова конкуренція.

Ефективність олігополії. Суспільна оцінка олігополістичного ринку. Ефективність олігополії у порівнянні з іншими ринковими структурами.

Ознаки і поширення монополістичної конкуренції. Умови вступу до галузі. Спосіб дій монополістичного конкурента. Ринкова поведінка монополістичного конкурента. Еластичність попиту. Визначення оптимального обсягу виторгу та цінова політика. Умови досягнення і підтримання беззбитковості в довгостроковому періоді.

Нецінова конкуренція. Сутність та передумови розвитку нецінової конкуренції. Поглиблення диференціації продукту: позитивні наслідки та загрози. Вплив рекламної діяльності на обсяг виторгу і витрат.

Ефективність монополістичної конкуренції. Суспільна ціна монополістичної конкуренції.

Тема 11. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФАКТОРНИХ РИНКІВ. РИНОК ПРАЦІ

Похідний попит. Взаємозв'язок ринків продукту та факторів виробництва. Попит на продукт та попит на фактори виробництва. Споживання факторів виробництва: цілі та обмеження.

Виробнича функція, витрати виробництва та попит на фактори виробництва. Вплив різновиду структури ринку продукту на похідний попит.

Похідний попит за досконалої конкуренції на ринку продукту. Індивідуальний та галузевий попит на фактори виробництва. Зміна обсягу попиту та попиту загалом. Цінова еластичність попиту на ресурс виробництва.

Монопольний похідний попит. Монопольний ринок продукту та ринок факторів виробництва. Функція монопольного похідного попиту.

Похідний попит та принцип оплати факторів. Порівняння граничного доходу та граничних витрат товаровиробника при споживанні одного фактора

виробництва. Вартісний граничний продукт та ціна фактора.

Попит на працю за умови досконало конкурентного ринку ресурсів. Праця як фактор виробництва, її мобільність. Характеристика досконало конкурентного ринку праці.

Граничний вигравш виробника від найму праці. Обґрунтування рішення про найм. Формування індивідуального, галузевого та ринкового попиту на працю.

Ринкова пропонування праці на досконало конкурентному ринку. Еластичність пропонування праці для галузей з різною динамікою витрат на виробництво. Обґрунтування вибору робітника щодо праці і відпочинку: інструментарій ординалістської теорії корисності. Ринкова пропонування послуг праці. Рівновага на ринку праці.

Ринок праці з недосконалою конкуренцією. Попит монополії на працю та монопольна рівновага. Монопсонічний та олігопсонічний ринки, їх особливості.

Контроль профспілок над пропозицією робочої сили, рівнем заробітної плати та продуктивністю праці. Двостороння (двобічна) монополія та визначення реального рівня заробітної плати.

Тема 12. РИНОК КАПІТАЛУ

Капітал як фактор виробництва. Капітал як ресурс тривалого використання. Форми капіталу. Рух капіталу та капітальні фонди.

Попит та пропонування капіталу. Вибір у часі. Поняття вибору у часі. Споживання та інвестиції. Уподобання у часі. Більша привабливість споживання теперішніх благ. Побудова бюджетного обмеження для випадку вибору обсягів споживання між теперішніми та майбутніми періодами. Оптимальний вибір.

Попит та пропонування капіталу. Вступ до аналізу інвестиційних рішень. Поняття дисконтованої величини. Види процентних ставок. Реальна та номінальна процентні ставки. Рівень дохідності, прибуток на капітал. Показники теперішньої та майбутньої вартості у прийнятті інвестиційних рішень.

Рівновага на ринку капіталу. Формування процентної ставки як рівноважної ціни капіталу.

Тема 13. ЗАГАЛЬНА РІВНОВАГА КОНКУРЕНТНИХ РИНКІВ

Поняття ринкової рівноваги, її аналіз. Часткова та загальна рівновага. Ефект зворотного зв'язку. Закон Вальраса.

Рівновага в економіці обміну. Необхідність та вигоди ринкового обміну. Порівняння граничних норм заміщення для пар товарів, що обмінюються. Діаграма Еджворта. Ефективність при обміні. Крива контрактів. Парето – ефективний розподіл. Крива можливостей споживачів. Загальна рівновага за Парето.

Ефективність у виробничій сфері. Розподіл виробничих ресурсів; діаграма Еджворта. Крива виробничих контрактів. Парето – оптимальний розподіл ресурсів. Ефективність на конкурентних ринках товарів.

Загальна рівновага та економіка добробуту. Сукупна (зведена)

ефективність конкурентних ринків. Причини обмеженої здатності ринкового регулювання. Оптимум та квазіоптимум ринкової системи. Теорія загальної рівноваги та політика в галузі економіки добробуту. Критерії оцінки добробуту.

Тема 14. ЗОВНІШНІ ЕФЕКТИ В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ ТА ЇХ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Позаринкові (зовнішні) ефекти, їх економічний зміст. Поняття про зовнішні ефекти. Суспільні та приватні витрати (вигоди). Коригуючі податки та субсидії. Теорема Коуза- Стіглера.

Громадські блага і громадський вибір. Поняття громадських благ. Приватні та громадські блага. Попит на громадські блага і ефективний їх обсяг. Забезпечення громадськими благами: можливість ринку і держави.

Економічна роль держави у ринковій економіці. Необхідність та причини втручання держави в економічні процеси за ринкових умов. Функції держави. Позитивний (описовий) аналіз поведінки уряду. Застосування теорії громадського вибору у поведінці уряду.

Тема 15. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЕФЕКТИ ТА МІКРОСИСТЕМА

Координація економічної діяльності в перехідний період. Трансформація командної економіки. Радикальна і поступова стратегії переходу до ринкової економіки. Жорстка макроекономічна політика. Пріоритетність грошової та фінансової стабілізації.

Правові передумови для ринкових суб'єктів. Сучасна теоретична економіка про права власності як сукупність санкціонованих норм поведінки. Трансформування власності. Приватизація.

Інституціональні аспекти ринкового господарства. Інституціональна природа сучасної фірми. Трансакційні витрати. Інститути і інституціональні структури у регулюванні економічної поведінки ринкових суб'єктів. Моделювання економічного розвитку: мікроекономічний аспект.

Перелік питань, що виносяться на Атестаційний екзамен за навчальними дисциплінами

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГ»

1. Сутність концепції маркетингу, її еволюція і значення
2. Чинники макросередовища та їх вплив на маркетингову діяльність виробника
3. Мікросередовище та його значущість в маркетинговій діяльності
4. Нормативно-правова база маркетингової діяльності на українському ринку
5. Маркетингове визначення товару, рівні в розумінні товару. Класифікація товарів
6. Концепція життєвого циклу товарів, її значення в маркетинговій діяльності виробника
7. Ринкова атрибутика товарів

8. Внутрішні і зовнішні чинники, що впливають на цінові маркетингові рішення
9. Методи ціноутворення на товари і послуги
10. Канали розподілу товарів, їх характеристики
11. Типи і системи збуту. Критерії вибору каналу збуту
12. Оптові і роздрібні підприємства, їх різновиди
13. Комунікативна політика підприємства. Види комунікацій
14. Чинники, що впливають на структуру комплексу комунікацій
15. Функції і види реклами
16. Стимулювання збуту: цілі, види, об'єкти
17. Функції і методи "паблік релейшнз"
18. Персональні продажі :особливості використання в сучасному маркетингу
19. Визначення бюджету просування
20. Потреба як категорія маркетингу. Класифікація потреб
21. Чинники, що впливають на поведінку покупця
22. Сегментація ринку: принципи, критерії, процедури
23. Сутність і значення маркетингових досліджень
24. Види і напрямки маркетингових досліджень
25. Маркетингова інформація: види і класифікація
26. Методи збору первинної маркетингової інформації
27. Базові маркетингові стратегії
28. Планування комплексу маркетингу
29. Особливості організації маркетингової діяльності на підприємстві
30. Функції і об'єкти маркетингового контролю

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

1. Напрями маркетингових досліджень і форми їх організації
2. Види маркетингової інформації
3. Джерела вторинної маркетингової інформації
4. Етапи проведення маркетингових досліджень
5. Методи збирання первинної маркетингової інформації
6. Якісні маркетингові дослідження
7. Особливості процесу розробки анкети для опитування
8. Види вимірювальних шкал
9. Вибірки, використовувані в маркетингових дослідженнях
10. Основні методи аналізу даних

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

1. Сутність і напрями товарної політики
2. Класифікація товарів і її значення для формування комплексу маркетингу
3. Асортимент товарів та його параметри
4. Методи управління асортиментом
5. Поняття якості товару та методи її визначення
6. Конкурентоспроможність товару і методика її розрахунку
7. Стандартизація і сертифікація продукції

8. Функції і значення упаковки товару
9. Призначення товарної марки і товарного знаку
10. Проблеми контрафактних товарів
11. Напрями диференціації товарів
12. Прийоми позиціонування товарів
13. Сутність мерчендайзінгу та його значення в товарній політиці виробника
14. Принципи і завдання сучасного сервісу
15. Підтримка товару комплексом маркетингу

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

1. Витратне ціноутворення в маркетингу: переваги і недоліки
2. Вплив ринкових структур на встановлення ціни
3. Цінові рішення , які забезпечують одержання підвищеного прибутку
4. Особливі цінові рішення підприємств
5. Сутність ціннісного підходу до формування ціни
6. Чинники чутливості покупців до ціни
7. Реакція споживачів і конкурентів на зміни цін
8. Особливості формування цінової стратегії
9. Коригування базової ціни
10. Контроль цінових рівнів

3. ЗРАЗОК БІЛЕТУ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ



НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність 075 "МАРКЕТИНГ"

Освітньо-професійна програма "МАРКЕТИНГ"

перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

БІЛЕТ АТЕСТАЦІЙНОГО ЕКЗАМЕНУ №

1. Теоретична складова:

- 1.1.
- 1.2.
- 1.3.
- 1.4.
- 1.5.
- 1.6.

2. Практична складова (задачі, графіки, ситуаційні завдання):

Завідувач кафедри маркетингу,
економіки, управління та
адміністрування
доктор економічних наук, професор

М.М.Єрмошенко

Розподіл балів:

1. Теоретична складова – до 60 балів;
(кожне теоретичне питання має максимальну оцінку 10 балів).

2. Практична складова - до 40 балів.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

При виконанні Атестаційного екзамену усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності та етики академічних відносин. Користування при виконанні завдання друкованими або електронними інформаційними засобами забороняється.

Використовуються такі критерії оцінювання знань здобувачів (табл. 1)

Таблиця 1

Шкала та критерії оцінювання Атестаційного екзамену
зі спеціальності 075 Маркетинг, Освітня програма «Маркетинг»

Бали	ОЦІНКА ECTS	Оцінка за національною шкалою	Критерії оцінювання
90-100	A	Відмінно	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, використовує знання інших галузей знань, вдало наводить приклади.
82-89	B	Добре	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять.
75-81	C	Добре	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
64-74	D	Задовільно	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, проте відповідь неповна, неглибока, містить неточності, є помилки у формулюванні понять, відчуються складнощі в застосуванні знань при наведенні прикладів
60-63	E	Задовільно	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Здобувач вищої освіти не засвоїв програмний матеріал

Здобувачі, які отримали менше ніж 60 балів, вважаються такими, що не склали Атестаційний екзамен.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Навчальна дисципліна «МАКРОЕКОНОМІКА»

1. Аналітична економіка та макроекономічна політика: Навчальний посібник для студентів спеціальності Економіка // За ред. академіка І.Ф. Прокопенка. Харків: видавництво Іванченка І.С., 2019. 416 с.
2. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка : підручник : у 2 кн. / С.М. Панчишин, П.І. Островерх, І.В. Грабинська та ін ; за ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха. 3-тє вид., виправл. та доп. Л.: Априорі, 2017. Кн. 1: 567 с.
3. Базилевич В.Д. Макроекономіка: підручник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. Київ: Знання, 2015. 694 с.
4. Економіка: макро- та мікроекономічні аспекти: навчальний посібник / Баула О.В., Вісин В.В., Вісіна Т.М., Ліщук В.І., Галазюк Н.М., Зелінська О.М., Лютак О.М., Савош Л.В. Луцьк: Інформаційно- видавничий відділ Луцького НТУ, 2018. 280 с.
5. Макроекономіка [Текст]: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня освітньо-професійної програми «Міжнародні економічні відносини» галузь знань 29 Міжнародні відносини спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини денної та заочної форм навчання / уклад. Т.М. Вісіна. Луцьк: Луцький НТУ, 2019. 112 с.
6. Макроекономіка в поняттях, схемах, таблицях: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І.І. Шупик. Суми: Унів. кн., 2013. 167 с.
7. Макроекономіка та макроекономічна політика: Навч. посіб. / А.Ф. Мельник, Т.Л. Желюк, О.В. Длугопольський, О.В. Панухник. К.: Знання, 2008. 699 с.
8. Макроекономіка: [навч. посіб. для студентів ВНЗ] / Резнік Н.П., Талавирия М.П., Пащенко О.В.; Київ. міжнар. ун-т. Київ: КиМУ, 2015. 553 с.
9. Макроекономіка: базовий курс / [І.Й. Малий, І.Ф. Радіонова, Т.Ф. Куценко та ін.]. Київ: КНЕУ, 2016. 254 с.
10. Макроекономіка: зб. завдань для самост. роботи та контролю знань / [А.О. Задоя, С.В. Кузьмін, Г.Я. Глуха, Е.М. Лимонова]; Дніпропетр. ун-т ім. А. Нобеля. 2-ге вид., доопрац. та допов. Дніпропетровськ: Дніпропетр. ун-т ім. А. Нобеля, 2014. 111, [1] с.
11. Макроекономіка: Курс лекцій: Навчальний посібник для дистанційного навчання / [В.В. Кириленко, Т.І. Вергелес, К.З. Возний та ін.] / за ред. В.В. Кириленка. Тернопіль: Економічна думка, 2008. 292 с.
12. Макроекономіка: навч. посіб. / М.Л. Данилович-Кропивницька, П.І. Стецюк, І.О. Тивончук; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. 290 с.
13. Макроекономіка: навч. посібник: [для студентів ВНЗ] / П.М. Макаренко, О.В. Калініченко, О.Д. Дивнич. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 363 с.
14. Макроекономіка: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-ге вид., доп. та перероб. / Н.А. Тяхтенко, К.М. Синякова. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. 352 с.
15. Макроекономіка: підручник / О.М. Козакова, Е.М. Забарна. Херсон: Олді-плюс, 2019. 428 с.
16. Макроекономіка: практикум / Ящишина І. В., Буторіна В. Б.; М-во освіти і науки України, Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. І. Огієнка, Екон. ф-т, Каф. туризму та екон. теорії. Кам'янець-Подільський: Сисин Я. І., 2014. 119 с.
17. Скорик Г.І., Швецова М.Б., Стецюк П.І. Вступ до макро- і мікроекономіки: Навчальний посібник / Г.І. Скорик, М.Б. Швецова, П.І. Стецюк. Друге видання. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. 164 с.
18. Білецька Л.В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка: Навчальний посібник / Л.В. Білецька, О.В. Білецький, В.І. Савич. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 652 с.

19. Веріан Г.Р. Макроекономіка: Європейський контекст / Г.Р. Веріан.; пер. з англ. С. Слухая. К.: Лібра, 2006. 632 с.
20. Манків Н.Г. Макроекономіка / Н.Г. Манків.; пер. з англ. і наук. ред. С. Панчишин. – К.: Основи, 2000. 588 с.
21. Шевчук В. Платіжний баланс і макроекономічна рівновага в трансформаційних економіках: досвід України / В. Шевчук. Львів: Каменяр, 2001. 495 с.
22. Romer D. Advanced Macroeconomics. / D. Romer. London: McGraw-Hill Book Company, 3d ed., 2006. 367 p.

Навчальна дисципліна «МІКРОЕКОНОМІКА»

1. Аналітична економіка: макроекономіка і мікроекономіка: підручник: у 2 кн. /С.М. Панчишин, П.І. Островерх, І.В. Грабинська та ін.; за ред. С.М. Панчишина, П.І. Островерха. 3-тє вид., виправл. та доп. Л.: Апріорі, 2017. Кн. 1: 567 с.
2. Дружиніна В.В. Мікроекономіка [Текст]: навч. посіб. / В.В. Дружиніна, О.І. Черноус. Харків: Друкарня Мадрид, 2015. - 254 с.
3. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Аналітична економія. Принципи, проблеми і політика. Ч. 2. Мікроекономіка / Пер. з англ. 13-го вид. С. Панчишина, О. Ватаманюка, З. Ватаманюка; Керівник проекту З. Ватаманюк. Львів: Видавнича спілка «Просвіта», 1999. 649 с.
4. Мікроекономіка [Текст]: метод. рек. до вивч. дисц. / О.О.Фоміна, О.О. Зиза, К.С. Москаленко; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. економічної теорії. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. 54 с.
5. Оверченко В. І., Мажак З. М., Софій М. І. Мікроекономіка: навч. посібник / за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ». 2015. 348 с
6. Хмель С.М. Мікроекономіка: задачі, вправи, тести [Текст]: [навч. посіб.] / С.М. Хмель, В.І. Хмель, О.В. Зіброва. Харків: ХАІ, 2016. 59 с.
7. Ястремський О.І., Гриценко О.Г. Основи мікроекономіки: Підручник. К.: Знання, 1998. 674 с.
8. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. К.: Заповіт, 1996. 240 с.
9. Базилевич В.Д., Базилевич К.С., Ігнатюк А.І., Слухай С.В. Мікроекономіка: Підручник/ За ред. В.Д.Базилевича. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2008. 679с.
10. Беседіна Г.Є. Мікроекономіка [Текст]: практикум / Г.Є. Беседіна; Харків. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. Харків: Харків. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2013. 99 с.
11. Гамільтон Дж. Методичний посібник до «Мікроекономіки». Р. Піндайка і Д. Рубінфелда / Пер. з англ. А.Олійника, Р.Скільського. К.: Основи, 1996. 233 с.
12. Кравченко О.А. Мікроекономіка: теорія і практикум [Текст]: навч. посіб. / О.А. Кравченко; Одес. нац. політехн. ун-т, Ін-т бізнесу, економіки і інформ. технологій. Одеса: Астропринт, 2014. 255 с
13. Мікроекономіка [Текст]: навч.-практ. посіб. для самост. вивч. дисципліни / [О.Є. Попов та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, доц. Попова О.Є.; Харк. нац. екон. ун-т. Х.: ХНЕУ, 2013. 335 с.
14. Мікроекономіка і макроекономіка: Підручник для студентів екон. спец. закладів освіти / За заг. ред. С.Будаговської. К.: Основи, 1998. 518 с.
15. Мікроекономіка: Навч.-методичний комплекс: У 3-х ч. / Укл. А.П.Наливайко та інш. К.: КДЕУ, 1997. 267 с.
16. Мікроекономіка: практику: навч. посіб. / за ред. В.Д. Базилевича. 2-ге вид. переробл. і доповн. К.: Знання, 2010. 491 с.
17. Рудий М.М. Мікроекономіка: Навч. посібник. 2-е вид., випр. і доп. К.: Каравела, 2010. 360с.
18. Федоренко В.Г., Денисенко М.П., Качала Т.М. Макро- і мікроекономіка: Теоретичні аспекти: Навчально-методичний посібник / За ред. В.Г. Федоренка, М.П.

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГ»

1. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів. Харків : УкрДАЗТ, 2017. - 289 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. 4.вид., доп. Київ : Лібра, 2006. - 717с.
3. Дорошенко Г. О. Маркетинг: навч. посіб. Харків : Тім Пабліш Груп, 2016. - 411 с.
4. Жегус О. В. Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Харків : ФОП Іванченко І.С., 2016. - 237 с.
5. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: Навч. посібник / Є.Крикавський, О.Похильченко, М. Фертч. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. –844 с.
6. Литовченко І.Л. Інтернет- маркетинг. Київ: Знання, 2017. 198 с.
7. Маркетинг : монографія / Є.В. Ромат, Г.В. Алданькова, К.В. Березовик та ін.; за заг. ред. А.А. Мазаракі, Є.В. Ромата. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Київ. нац. торг.-екон. унт, 2017. – 372 с.
8. Маркетинг: навч. посібник. 2-е видання / Національна академія управління / М.М. Єрмошенко (ред.), С.А. Єрохін (ред.). - К. : Національна академія управління, 2020. - 603с.
9. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. – К. : КНУБА, 2016. – 143 с.
10. Маркетингові комунікації : навч. посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. – К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
11. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 455 с.
12. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології : підручник / В.Н. Парсяк. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 324 с.
13. Попова Н.В. Маркетинг : підручник / Н.В. Попова. – Харків : В справі, 2016. – 298 с.
14. Соціально-етичний Божкова В.В., Башук Т.О. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2017. - 125 с.

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ»

1. Дюгованець О. М. Маркетингові дослідження та аналіз інформації : курс лекцій. Держ. ВНЗ «Ужгород. нац. ун-т». Ужгород : Аутдор-Шарк. 2015. - 178 с.
2. Жегус О. В. Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження : навчальний посібник. Харків : ФОП Іванченко І.С., 2016. - 237 с.
3. Ілляшенко, С. М. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2006. - 192 с.
4. Косар Н. С., Мних О. Б., Крикавський Є. В., Леонова С. В. Маркетингові дослідження. Підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. - 460 с.
5. Липчук, В. В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2012. 352 с. 5. Полторац, В. А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. – 3-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. - 341 с.
6. Маркетингові дослідження інновацій та підприємницькі ризики : [колект. монографія] / [М. А. Окландер] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. - 280 с.
7. Ортинська В. В., Мельникович О. М. Маркетингові дослідження : підручник. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2-ге вид., допов. Київ : КНТЕУ. 2015. -435 с.

8. Решетілова Т.Б. Маркетингові дослідження: підручник. Дніпропетровськ: М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. 2015. - 357 с.
9. Сотніков Ю. М. Маркетингові дослідження із застосуванням пакета SPSS : навч. посіб. Одес. нац. екон. ун-т. Одеса : Атлант, 2016. - 145 с.

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

1. Вершигора Є. Ю. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Тернопіль : Астон, 2015. - 407 с
2. Дайновський Ю.А. Застосування прийомів товарної політики для пошуку інноваційних рішень // Товарна інноваційна політика : навчальний посібник. – Львів : „Новий світ - 2000”, 2016. – С. 155-214.
3. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Методичні вказівки та завдання до практичних занять і самостійної роботи студентів для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня всіх спеціальностей і освітньо-професійних програм. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2019. – 32 с.
4. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Тести для студентів IV курсу спеціальності “Маркетинг” Львів: Електронна бібліотека Львівського торговельно-економічного університету, 2018.
5. Дима О. О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства [Текст] : монографія. Київ : КНЕУ, 2015. - 431 с.
6. Зоріна О. І. , Сиволовська О. В. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. Харків : УкрДУЗТ, 2015. - 190 с.
7. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. – Суми: Університетська книга, 2016.–234 с.
8. Кучеренко В. Д. Маркетингова товарна політика : підручник / Кучеренко В. Д., Ткаченко Н. Б. / Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К. : КНТЕУ, 2018. — 186 с.
9. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. – К. : КНУБА, 2016. – 143 с.

Навчальна дисципліна «МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ»

1. Бакунов О.О. Цінова політика підприємства: навч. посіб. / О.О. Бакунов, Ю.О. Кучеренко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. – 111 с.
2. Березін О. В. Управління ціноутворенням : навчальний посібник / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. – Суми : Університетська книга, 2015. – 176 с.
3. Волкова М. В. Конспект лекцій з дисципліни «Ціноутворення» (для студентів усіх форм навчання напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент») / М. В. Волкова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ, 2015. – 130 с.
4. Колесников О. В. Ціноутворення : навч. посіб. / Колесников О. В. – 3-те вид., виправл. та доповн. – К. : ЦУЛ, 2016. – 159 с.
5. Котлер Филип, Армстронг Гари. Основы маркетинга: Пер. с англ.. – 2. европ. изд. – М.; СПб.; К. : Издательский дом "Вильямс", 2016. – 943с.
6. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення : навч. посіб. / Мазур О.Є. – К.: ЦУЛ, 2012. – 480 с.
7. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. : Центр учбової літератури, – 2017. – 240 с.