

Міністерство освіти і науки України

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин

ПОЛОЖЕННЯ
про організацію та порядок проведення
кваліфікаційного іспиту за спеціальністю 051 «Економіка», освітньо-
професійної програми «Економіка підприємства»,
галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»
(для студентів 2 курсу денної форми навчання
освітньо-кваліфікаційного рівня
молодший бакалавр)

Положення про організацію та порядок проведення кваліфікаційного екзамену за спеціальністю 051 «Економіка» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» (для студентів 2 курсу денної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня молодший бакалавр з економіки підприємства) [Текст] // Укл. Д. С. Ревенко, О. С. Попов, О. М. Скачков. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харк. авіац. ін-т», 2021. – 21 с.

Укладачі:



Ревенко Д. С. – доктор економ. наук, доцент, доцент кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин.



Попов О. С. – канд. економ. наук, доцент кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин;



Скачков О. М. – канд. техн. наук, доцент кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин.

Затверджено на засіданні кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин, протокол № 3 від 29 вересня 2021 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор

(наукова ступінь та вчене звання)


(підпис)

І.О. Давидова

(ініціали та прізвище)

ЗМІСТ

1. ПІДГОТОВКА ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ В ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ НАУКИ»	4
1.1. Вихідні положення про кваліфікаційний іспиту.....	4
1.2. Цілі й функції кваліфікаційного іспиту	4
1.3. Загальні вимоги до організації кваліфікаційного іспиту	5
1.4. Формування Екзаменаційних комісій (ЕК)	5
1.5. Перелік документів та їх підготовка для ЕК	6
1.6. Розклад кваліфікаційного іспиту та формування складу екзаменаційних студентських груп	6
1.7. Проведення консультацій.....	6
1.8. Підготовка та характер екзаменаційних білетів	7
2. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ	9
2.1. Умови проведення кваліфікаційного іспиту	9
2.2. Політика академічної доброчесності	9
2.3. Методичні поради студенту з підготовки відповідей на питання екзаменаційного білета.....	10
2.4. Критерії екзаменаційних оцінок і методика оцінювання результатів кваліфікаційного іспиту	10
2.5. Оформлення результатів кваліфікаційного іспиту	12
2.6. Підведення підсумків кваліфікаційного іспиту	12
3. ПРОГРАМИ ДИСЦИПЛІН КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ	13
3.1 Програма з дисципліни «Політична економія»	13
3.2 Програма з дисципліни «Економіка підприємства».....	15
3.3 Програма з дисципліни «Маркетинг»	16
3.4 Програма з дисципліни «Економіка праці».....	20

1. ПІДГОТОВКА ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ В ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «СОЦІАЛЬНІ ТА ПОВЕДІНКОВІ НАУКИ»

1.1. Вихідні положення про кваліфікаційного іспиту

Відповідно до Положення «Про положення про створення та організацію роботи екзаменаційної (атестаційної) комісії в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» (<https://khai.edu.ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-yaki-regulyuyut-poryadok-zdiysnennya-osvitnogo-procesu/polozhennya-pro-ekzamenacijnu-komisiyu/>) та освітньо-професійної програми «Економіка підприємства» зі спеціальності 051 «Економіка» вибрано таку структуру завдань кваліфікаційних іспиту випускників, як кваліфікаційний іспит. **Кваліфікаційний іспит за спеціальністю 051 «Економіка»** містить завдання з таких дисциплін.

1. Політична економія.
2. Економіка підприємства.
3. Маркетинг.
4. Економіка праці.

1.2. Цілі й функції кваліфікаційного іспиту

Кваліфікаційний іспит повинен визначити рівень засвоєння студентами матеріалів наведених вище економічних дисциплін, вміння самостійно аналізувати складні явища та процеси суспільно-економічного розвитку, активно використовувати набуті знання у своїй професійній та суспільній діяльності.

Кваліфікаційний іспит є продовженням навчально-виховного процесу, складовою частиною завершального етапу підготовки молодших бакалаврів в галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки».

Цілі кваліфікаційного іспиту зумовлюють і його функції. Головною з них є контроль та оцінка рівня економічних знань, отриманих студентом протягом двох років навчання.

Реалізація цієї функції припускає перевірку методологічних та теоретичних принципів, проблем і положень наведених вище економічних дисциплін, а також вміння їх використовувати в аналізі економічних явищ і практичній діяльності. Особливу увагу необхідно приділяти виявленню знань та вмінь студента аналізувати сучасні умови здійснення економічних реформ в Україні, проблеми переходу від командно-адміністративного господарювання до ринкових відносин.

Важливе значення має функція виявлення навичок вирішення практичних завдань, певного аналізу проблемних ситуацій на мікроекономічному рівні.

Кваліфікаційний іспит виконує ще й важливу виховну функцію. У певному вираженні вона виявляється у вмінні студента самостійно, логічно й послідовно висловлювати свої економічні переконання, здійснювати самоконтроль та критично оцінювати власні знання і навички.

Кваліфікаційний іспит, за умов всебічного аналізу його результатів, дозволяє найбільш вичерпно з'ясувати позитивний досвід та недоліки в організації, змісті й методиці викладання фахових економічних дисциплін, а також самостійної роботи студентів.

Все це дає можливість визначити конкретні заходи щодо удосконалення викладання фахових економічних дисциплін, накреслити шляхи поліпшення взаємозв'язку та спадкоємності у їх викладанні.

Таким чином, кваліфікаційний іспит в значно більшій мірі, ніж курсові іспити, є засобом всебічного впливу на особистість студента і має контрольну, пізнавальну та виховну функції.

1.3. Загальні вимоги до організації кваліфікаційного іспиту

Організаційна підготовка до кваліфікаційного іспиту проводиться згідно графіка навчального процесу університету. Кафедра економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин разом з навчально-аналітичним відділом, деканатом факультету програмної інженерії та бізнесу організує підготовку до кваліфікаційного іспиту за заздалегідь розробленими планами.

Складання кваліфікаційних іспиту проводиться після повного виконання навчального плану молодшого бакалавра.

Порядок складання кваліфікаційного іспиту – після складання всіх екзаменів та заліків з теоретичного курсу.

Для підготовки і складання кваліфікаційних іспиту виділяється не менше двох навчальних днів, протягом яких проводяться консультації за вказаними нормативними дисциплінами. Можливе проведення індивідуальних консультацій.

1.4. Формування екзаменаційних комісій (ЕК)

Прийом кваліфікаційного іспиту здійснюється Екзаменаційною комісією. Екзаменаційна комісія формується щорічно на період проведення екзамену в межах Екзаменаційної комісії за спеціальністю з числа професорсько-викладацького складу кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин та запрошених фахівців відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційної комісії у такому складі:

- голова ЕК – фахівець у відповідній галузі або провідний науковець відповідного напрямку наукової діяльності або науково-педагогічний (педагогічний) працівник з напрямку підготовки (спеціальності), який не є працівником ХАІ, д.е.н. або к.е.н., професор або доцент;

- члени ЕК – гарант освітньо-професійної програми та інші викладачі кафедри економіки та маркетингу, які мають вчений ступінь або звання (у кількості 3-4 чол.).

Персональний склад комісії затверджується наказом по університету не пізніше як за місяць до початку кваліфікаційного екзамену.

1.5. Перелік документів та їх підготовка для ЕК

У Екзаменаційну комісію до початку екзамену подаються такі документи:

- відомості декана (заст. декана) факультету програмної інженерії та бізнесу про допуск студентів до кваліфікаційного іспиту;
- довідка про виконання студентами навчального плану й отримані ними оцінки з теоретичних дисциплін, курсових робіт тощо.

Для оформлення протоколів Екзаменаційної комісії призначається технічний секретар зі складу робітників кафедри.

1.6. Розклад кваліфікаційного іспиту та формування складу екзаменаційних студентських груп

Розклад кваліфікаційного іспиту складається навчально-аналітичним відділом, погоджується з керівництвом кафедри, затверджується проректором університету та доводиться до відома всіх учасників кваліфікаційного іспиту не пізніше як за місяць до його початку.

Списки навчальних груп складаються деканатом відповідно до затвердженого розкладу та допусків. Кожна ЕК приймає за день тільки одну екзаменаційну групу.

Для складання кваліфікаційного екзамену навчальним відділом виділяються і закріплюються за ЕК постійні аудиторії.

1.7. Проведення консультацій

Під час підготовки до екзаменів велику роль відіграють консультації. Кожній групі проводять передекзаменаційні консультації за кожною дисципліною, та загальну консультацію безпосередньо перед екзаменом.

На консультації пропонуються методичні рекомендації з організації самостійної роботи в період підготовки до кваліфікаційного іспиту:

- над законами України, прийнятими Верховною Радою, а також постановами Кабінету Міністрів України з економічних питань;
- з підручниками та поточними публікаціями в газетах «Голос України», «Урядовий кур'єр», журналі «Економіка України» тощо;
- з навчальними посібниками, методичними вказівками та власними конспектами лекцій з відповідних дисциплін.

Важливо також на консультаціях ознайомити студентів:

- з обсягом вимог, що висуваються до екзаменів;
- з характером питань екзаменаційних білетів, користуючись при цьому навчальними програмами з відповідних курсів.

На консультації викладач розповідає студентам:

- про принципи групування питань в екзаменаційних білетах;
- про місце (аудиторії), час та порядок проведення екзамену;

- про режим роботи в дні підготовки до екзамену, включаючи режим роботи бібліотеки, читального залу кафедри, їдальні тощо;
- про методичні вказівки до підготовки і проведення кваліфікаційного екзамену.

Загальна консультація має на меті надати студентам допомогу у вивченні найбільш складних питань фахових дисциплін, що виникли під час підготовки. Ця консультація проводиться напередодні екзамену для окремої групи студентів провідними викладачами кафедри за заздалегідь складеним розкладом.

Викладач рекомендує студентам заздалегідь сформулювати питання, на які вони бажають отримати додаткові пояснення. Це, зрозуміло, не виключає можливості для кожного студента задавати свої питання під час проведення консультації. Доцільно також проаналізувати найбільш поширені помилки, які допускали студенти в попередніх групах на кваліфікаційному екзамені.

Загальну консультацію можна проводити у формі “круглого столу” за участю викладачів, які входять до складу Екзаменаційної комісії. Окрім групових консультацій, в міру необхідності, проводяться й індивідуальні.

У цей же період на допомогу студентам в методичному кабінеті кафедри економіки та маркетингу організуються виставки методичної літератури, навчальних посібників, альбомів наочних посібників, таблиць і схем, технічних засобів навчання з необхідними ілюстративними матеріалами. Студентам надається також можливість користуватися під час підготовки до кваліфікаційного екзамену аудиторіями з комп’ютерною технікою.

1.8. Підготовка та характер екзаменаційних білетів

Підготовка і формування екзаменаційних білетів є одним з найбільш складних і відповідальних питань. При їх формуванні повинні використовуватися різні підходи.

1. Збереження специфіки кожної дисципліни. Це полегшує вирішення організаційних моментів: питання оглядових лекцій, проведення консультацій, підведення підсумків екзаменів тощо. Але можливе дублювання окремих питань.

2. Комплексний, системний, являє собою синтез усіх наскрізних проблем фахової підготовки. У цьому випадку екзаменаційні питання повинні формуватися на засадах методологічного їх значення, актуальності з погляду на сучасні вимоги. Безумовно, за таким підходом частина питань може залишитися поза увагою укладачів екзаменаційних білетів.

Кваліфікаційний екзамен проводиться письмово за білетами, складеними відповідно до затверджених відповідних програм кваліфікаційного екзамену. Кожний білет складається з декількох різновидів завдань, що дає змогу всебічно перевірити знання студентів за встановленими дисциплінами:

- 10 теоретичних питань, на які студент повинен надати скорочену відповідь;
- 4 показники, для яких студенту необхідно надати формулу розрахунку;

- 10 завдань-тверджень, за якими студенту треба визначитись, чи є вони правильними;

- 10 завдань, за якими студенту треба продовжити речення, вписавши необхідне слово;

- 1 теоретичне питання, що потребує від студента розгорнутої відповіді;

- 2 розрахункових завдання, за якими студент повинен навести необхідні розрахунки та висновки за ними.

Завдання розробляються викладачами кафедри відповідної професійної спрямованості. Щоб звести до мінімуму вплив на результати іспиту суб'єктивних чинників, повинна бути забезпечена максимальна стандартизація умов його проведення та аналізу результатів. Стандартизація умов забезпечується:

- об'єктивністю проведення екзамену, що вимагає для всіх, хто його складає, однакових умов його проведення. Для цього стандартизується сам екзаменаційний процес. Тільки тоді, коли дотримано однакових умов експерименту, результати вимірювання можна порівнювати між собою (співставляти);

- об'єктивністю опрацювання результатів, що вимагає їх фіксації, накопичення, аналізу та збереження;

- об'єктивністю інтерпретації результатів, що вимагає однакової інтерпретації одних і тих же результатів екзамену різними особами.

Білету до кваліфікаційного екзамену затверджуються на засіданні кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин.

2. ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ

2.1. Умови проведення кваліфікаційного іспиту

До кваліфікаційного іспиту допускаються студенти, які закінчили вивчення всіх теоретичних дисциплін, склали всі заліки й екзамени згідно з навчальним планом молодшого бакалавра.

Кваліфікаційний іспит проводиться письмово у формі відповідей на питання білета на аркушах, підготовлених для проведення екзамену.

Кваліфікаційний іспит проводиться на відкритому засіданні Екзаменаційної комісії за наявності не менше трьох її членів; на засіданні ЕК можуть бути присутні представники ректорату, деканату та громадських організацій університету.

Тривалість кваліфікаційного екзамену – не більше трьох астрономічних годин.

Тривалість засідання Екзаменаційної комісії не повинна перевищувати шести годин на день.

До початку екзамену група студентів, які складають його за розкладом у цей день, запрошується в аудиторію, де відбувається засідання ЕК.

Голова комісії поздоровляє студентів з початком кваліфікаційного екзамену, знайомить їх зі складом ЕК і коротко пояснює порядок її роботи.

Враховуючи режим роботи комісії, до екзамену запрошуються студенти згідно відомостей, які видані учбовою частиною або відповідним деканатом університету. Кожному студенту для підготовки відповідей виділяють окремий стіл. Необхідні записи студент робить на стандартних аркушах, що видаються комісією.

Разом з тим важливо органічно поєднувати на кваліфікаційному іспиті високу вимогливість і об'єктивність в оцінках, індивідуальний підхід до студентів у визначенні рівня їх знань з дисциплін професійної підготовки.

2.2. Політика академічної доброчесності

Організація і процедура проведення кваліфікаційного іспиту відповідають пунктам Положення про академічну доброчесність в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» від 21 червня 2019 р. А саме:

- студенти і члени ЕК мають дотримуватись загальноприйнятих морально-етичних норм і правил поведінки;
- студенти мають самостійно виконувати завдання кваліфікаційного екзамену;
- члени ЕК повинні контролювати дотримання академічної доброчесності студентами;

– члени ЕК повинні об'єктивно оцінювати результати кваліфікаційного екзамену.

Питання, що стосуються академічної доброчесності на кваліфікаційному екзамені, розглядає ЕК, або використовується процедура, визначена у Положенні про академічну доброчесність університету.

2.3. Методичні поради студенту з підготовки відповідей на питання екзаменаційного білета

Отримавши екзаменаційний білет, студент повинен ознайомитися із змістом питань та визначити місце кожного з них у загальній структурі фахової підготовки.

Студенту надається можливість користуватися програмами з кожної дисципліни, що включені до кваліфікаційного іспиту.

Визначивши логіку відповіді на питання, потрібно скласти розгорнутий план відповіді у формі окремих тез, враховуючи при цьому зміст відповідних першоджерел, а також сучасний стан соціально-економічного розвитку України. Важливо також визначити для себе категоріальний апарат, на основі якого буде розглядатися зміст питання.

Крім того, студенту треба особу увагу приділити розв'язанню отриманих в білетах задач.

У разі сумніву щодо розуміння сформульованих у білеті питань або умов задачі студент має право звернутися за поясненням до екзаменаційної комісії.

2.4. Критерії екзаменаційних оцінок і методика оцінювання результатів кваліфікаційного екзамену

Розподіл балів за різними видами завдань наведено у таблиці.

№ з\п	Вид завдання	Максимальний бал за одне завдання	Кількість завдань	Сумарний максимальний бал
1	Скорочені відповіді на теоретичні питання	2	10	20
2	Формули розрахунку економічних показників	5	4	20
3	Відповіді «згоден – незгоден»	1	10	10
4	Закінчення думки	1	10	10
5	Розгорнута відповідь	1	10	10
6	Розрахункове завдання	2	15	30
Разом				100

Під час складання іспиту студент має можливість отримати максимум 100 балів.

Результати кваліфікаційного іспиту визначаються оцінками за бальною та традиційною шкалою, яку наведено у таблиці.

Шкала оцінювання: бальна і традиційна

Сума балів	Оцінка за традиційною шкалою
90 – 100	Відмінно
75 – 89	Добре
60 – 74	Задовільно
0 – 59	Незадовільно

Оцінка «Відмінно» виставляється за таких умов:

- 1) творчий підхід до засвоєного матеріалу, повнота і правильність виконання завдання.
- 2) вміння застосовувати різні принципи й методи в конкретних ситуаціях;
- 3) глибокий аналіз фактів і подій, спроможність прогнозування результатів від прийнятих рішень;
- 4) чітке, послідовне викладення відповіді на папері;
- 5) вміння пов'язати теорію і практику.

Оцінка «Добре» виставляється за таких умов:

- 1) мають місце деякі неprincipові помилки несуттєвого характеру у викладі відповідей при повних знаннях програмного матеріалу;
- 2) переважання логічних підходів перед творчими у відповідях на питання;
- 3) не завжди правильне прогнозування подій від прийнятих рішень;
- 4) вміння пов'язати теорію з практикою.

Оцінка «Задовільно» виставляється за таких умов:

- 1) репродуктивний підхід до засвоювання та викладання матеріалу;
- 2) недостатня повнота викладання матеріалу, але при обов'язковому виконанні (можливо з несуттєвими помилками) тих завдань, що пов'язані з розв'язанням практичних задач;
- 3) неглибокі знання основного матеріалу, наявність великої кількості неточностей у викладі матеріалу;
- 4) нечітке викладання матеріалу на папері, порушення логічної послідовності при викладі матеріалу;
- 5) утруднення при практичному втіленні прийнятих рішень.

Оцінка «Незадовільно» виставляється за наступних умов:

- 1) відсутність знань з більшої частини матеріалу, погане засвоєння принципових положень курсу;
- 2) наявність грубих, принципових помилок при практичному виконанні отриманих завдань;
- 3) невиконання або виконання з великими помилками тих завдань, що пов'язані з розв'язанням практичних задач;
- 4) неграмотне і неправильне викладення відповідей на папері.

2.5. Оформлення результатів кваліфікаційного іспиту

Рішення щодо оцінки знань студента приймається Екзаменаційною комісією на закритому засіданні відкритим голосуванням простою більшістю голосів членів комісії, які брали участь у засіданні. За умов рівності кількості голосів вирішальним є голос голови.

Результати кваліфікаційного іспиту визначаються оцінками за бальною та національною шкалою.

Студентам, які не склали кваліфікаційний іспит з поважних причин (підтверджених документально), Ректором університету може бути надана можливість складання екзамену під час підготовки до інших екзаменів.

Протоколи засідання Екзаменаційної комісії, залікові книжки з проставленими в них оцінками підписуються головою і членами комісії.

2.6. Підведення підсумків кваліфікаційного іспиту

Результати кваліфікаційного іспиту оголошуються студентам наступного дня після проведення та оформлення протоколів Екзаменаційної комісії. При цьому дається загальна оцінка відповідей студентів, відзначаються найбільш яскраві з них, надається характеристика рівня фахової підготовки студентів.

Після закінчення роботи Екзаменаційної комісії складається Протокол рішення про присвоєння кваліфікації студентам, який підписує голова та члени Екзаменаційної комісії. Підсумки кваліфікаційного екзамену обговорюються на засіданнях кафедри економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин.

На кафедрі економіки, маркетингу та міжнародних економічних відносин за підсумками кваліфікаційного іспиту розробляють і здійснюють відповідні заходи, спрямовані на подальше удосконалення викладання дисциплін, підвищення якості підготовки фахівців.

3. ПРОГРАМИ ДИСЦИПЛІН КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ

3.1 Програма з дисципліни «Політична економія»

1. Предмет і метод політичної економії.

Виникнення та етапи розвитку політичної економії . предмет політичної економії. Метод політичної економії ті її функції. Позитивна і нормативна політична економія.

2. Виробництво матеріальних благ і послуг. Продукт і характер праці.

Виробничі можливості суспільства і продукт виробництва: чинники виробництва та їх взаємодія; продукт виробництва.

3. Економічні потреби та інтереси.

Економічні потреби суспільства, їх сутність і класифікація. Безмежність потреб. Закон зростання потреб. Корисність продукту. Закон спадної граничної корисності продукту. Економічний інтерес, його сутність і функції. Інтереси і потреби: діалектика взаємозв'язку. Єдність і суперечності в системі інтересів.

4. Соціально-економічний устрій суспільства. Економічна система та закономірності її розвитку.

Сутність та основні структурні елементи економічної системи. Продуктивні сили та виробничі відносини – основа економічної системи. Класифікація типів економічних систем та їх чинники.

5. Товарна форма організації суспільного виробництва. Товар і гроші.

Форми організації суспільного виробництва: натуральне і товарне. Економічні та неекономічні блага. Товар і його властивості. Альтернативні теорії вартості. Закон вартості його сутність і функції. Теоретичні концепції виникнення і сутності грошей. Грошовий обіг та його закони.

6. Капітал: процес виробництва і нагромадження. Наймана праця і заробітна плата.

Капітал як економічна категорія товарного виробництва. Наймана праця. Ціноутворення на ринку праці. Заробітна плата, як явище ринку. Економічна рента і трансфертний дохід в складі заробітної плати.

7. Витрати виробництва і прибуток.

Витрати виробництва як передумова виробництва. Теорії витрат виробництва. Структура затрат виробництва. Граничні витрати.

8. Ринок його суть, функції. Моделі ринку. Конкуренція і ціноутворення.

Ринкове господарство як невід'ємна складова товарного виробництва. Риси структура та функції ринку. Інфраструктура ринку. Моделі ринку. Сутність попиту і пропозиції; та фактори що на них впливають. Еластичність попиту і пропозиції. Взаємодія попиту і пропозиції. Ринкова рівновага.

9. Домогосподарство в системі економічних відносин.

Домогосподарство як суб'єкт ринкової економіки. Двоїста роль домогосподарства в економіці. Домогосподарство як постачальник ресурсів. Доходи домогосподарства. Витрати домогосподарства. Розподіл доходів на особисте споживання, податки і заощадження.

10. Підприємство як товаровиробник. Валовий дохід і прибуток.

Підприємство як суб'єкт ринкової економіки. Форми і види підприємств. Капітал підприємства. Кругообірот і оборот капіталу. Основний та оборотний капітал. Зношення основного капіталу. Амортизація. Сутність підприємства і умови його існування. Види та функції підприємництва.

11. Галузеві особливості виробництва і функціонування капіталу. Форми прибутку, процент і рента.

Ринкові відносини в аграрному секторі економіки. Аграрні відносини, їх зміст і особливості. Земельна рента, її сутність, види і механізм створення. Агропромислова інтеграція і агропромисловий комплекс. Ціна землі. Особливості виробництва і реалізації продукції торгівлі. Торговий прибуток.

12. Суспільне відтворення. Суспільний продукт і його основні форми.

Зміст, види та пропорції національного (суспільного) відтворення. Теоретичні моделі суспільного відтворення. Система національних рахунків: виникнення, зміст і цілі.

13. Економічний розвиток. Зайнятість, відтворення робочої сили та їх регулювання державою.

Економічне зростання: зміст, типи і фактори. Концепції і моделі економічного зросту. Циклічність економічного розвитку як прояв нестабільності. Класифікація економічних циклів за тривалістю. Нециклічні коливання економіки. Зайнятість і сукупне відтворення робочої сили.

14. Господарський механізм у системі суспільного відтворення. Держава та її економічні функції.

Господарський механізм, його сутність та елементи. Господарський механізм: система управління економікою. Державне регулювання суспільного відтворення та його форми. Планування і програмування. Необхідність, зміст, структура і функції фінансів. Фінансова система, державний бюджет. Бюджетний дефіцит і державний борг. Способи збалансування державного бюджету. Теорія оподаткування.

15. Сучасні економічні системи. Особливості розвитку перехідних економік.

Закономірності та етапи розвитку капіталістичної системи. Економічна система капіталізму вільної конкуренції. Економічна система монополістичного капіталізму. Фінансово-монополістичний капіталізм. Економічна система сучасного капіталізму. Механізм функціонування сучасної змішаної економіки. Соціалістична система та її еволюція. Механізм господарювання командно-адміністративної економіки.

16. Суть і структура світового господарства. Форми міжнародних економічних відносин.

Світове господарство, його сутність і структура. Міжнародний поділ праці та інтернаціоналізація економіки як основа формування світового господарства. Форми міжнародних економічних відносин. Всесвітній ринок товарів і послуг. Сутність і форми міжнародного руху капіталів. Міжнародна міграція трудових ресурсів.

17. Економічні аспекти глобальних проблем та їх вплив на економічний розвиток України.

Сутність і класифікація глобальних проблем. Причини виникнення і загострення глобальних проблем.

Рекомендована література

1. Політична економія (Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник (лист № 1/1-17903 від 11.11.2014)) Навч. посіб. / Гаркуша Ю.О., Мельникова В.І., Павленко Т.Ю., Сафронов Я.В., Хмель С.М., Хмель В.І., Шведова Г.М. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «ХАІ», 2014. – 320 с.

2. Основи економічної теорії (Гриф надано Міністерством освіти і науки України (лист № 1/11-8911 від 10.06.2014 р.) Підручник / Гаркуша Ю.О., Мельникова В.І., Павленко Т.Ю., Сафронов Я.В., Хмель С.М., Хмель В.І., Шведова Г.М. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «ХАІ», 2014. – 316 с.

3. Сірко А.В. Економічна теорія. Політекономія. [текст]: навч. посіб. А.В.Сірко – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 416 с.

4. Щетинін А.І. Політична економія. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 480 с.

3.2 Програма з дисципліни «Економіка підприємства»

1. Вступ. Види підприємств, їх організаційно-правові форми. Сучасне підприємництво.

Підприємство: поняття, сутність та економічні основи функціонування. Сутність сучасного підприємництва. Функції сучасного підприємництва. Організаційно-правові форми підприємств. Класифікація підприємств.

2. Зовнішнє середовище господарювання підприємства.

Характеристика зовнішнього середовища підприємства. Основні фактори зовнішнього середовища прямого впливу. Основні фактори зовнішнього середовища непрямого впливу.

3. Персонал підприємства, продуктивність і оплата праці.

Класифікація і характеристика кадрів підприємства. Розрахунок чисельності працівників підприємства. Продуктивність праці і резерви її підвищення. Розрахунок заробітної плати. Показники руху персоналу.

4. Інтелектуальний капітал.

Сутність поняття інтелектуального капіталу підприємства. Структура інтелектуального капіталу. Методи оцінки інтелектуального капіталу.

5. Основний капітал.

Економічна сутність, класифікація та структура основного капіталу. Методи оцінки основних фондів. Знос і амортизація основних фондів. Показники ефективності використання основних фондів.

6. Оборотний капітал.

Склад, структура оборотних коштів підприємства. Оцінка і нормування оборотних виробничих засобів. Показники оборотності оборотних коштів.

Напрями підвищення оборотності оборотних коштів. Показники використання оборотних коштів.

7. Інвестиції та інноваційна діяльність.

Економічна сутність та класифікація інвестицій. Інвестиційний процес. Інвестиційна політика підприємства. Інноваційна діяльність: основні поняття. Особливості інноваційного розвитку економіки. Управління інноваційним розвитком підприємства.

8. Витрати підприємства.

Характеристика і класифікація витрат підприємства. Поняття собівартості продукції. Характеристика кошторису витрат і калькулювання собівартості.

9. Фінансово-економічні результати суб'єктів господарювання.

Загальні аспекти фінансової діяльності підприємства. Фінансова звітність підприємства та оцінка результатів фінансової діяльності. Рентабельність підприємства.

10. Інтегральна ефективність діяльності підприємства та його конкурентоспроможність.

Поняття про ефект і ефективність. Показники економічної ефективності і комплексна оцінка ефективності діяльності підприємства. Конкурентоспроможність підприємства.

Рекомендована література

1. Афанасьєв М. В. Економіка підприємства : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / М. В. Афанасьєв, А. Б. Гончаров ; [за ред. М. В. Афанасьєва]. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 410 с.

2. Економіка підприємства : зб. практ. задач і конкретних ситуацій / за ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КДЕУ, 2000. – 327 с.

3. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2003. – 608 с.

4. Економіка підприємства : підручник / І. О. Чаюн, Г. М. Богославець, Л. Л. Стасюк та ін. ; за заг. ред. проф. Н. М. Ушакової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 569 с.

5. Економіка підприємства : підручник / за ред. А. В. Шегди. – К. : Знання, 2006. – 615 с.

3.3 Програма з дисципліни «Маркетинг»

1. Формування теорії маркетингу. Взаємозв'язок маркетингу із суміжними дисциплінами

Складові науки маркетингу. Історичні віхи формування теорії і практики маркетингу. Маркетинг як функція менеджменту. Ціль та завдання маркетингу. Модель трьох епох. Модель «безупинного потоку». Становлення та розвиток маркетингу в Україні. Домаркетинговий період. Період активного розвитку маркетингу. Період становлення професійного маркетингу. Економічні аспекти

теорії маркетингу. Зв'язок маркетингу з економічними категоріями. протиріччя між маркетингом і економікою. найважливіші теоретичні набуття маркетингу.

2. Основні категорії маркетингу, процес та система маркетингу

Потреби, цінності та попит споживачів. Поняття потреби. Класифікації потреб (за Мерреєм, за А. Маслоу, за Мак Конеллом). Теорія Герцберга. Потреби успіху. Потреби причетності. Поняття цінності. Теорія Рокіча. Теорія, створена Шетом, Н'юманом, Гроссом. Поняття попиту. Обмін і ринок. Види обміну. Система маркетингу. Мета маркетингової системи. Основні процеси маркетингу. Етапи маркетингової діяльності. Маркетинговий процес Функції маркетингу: Аналітична функція. Виробнича функція (функція розвитку виробництва). Комунікації зі споживачами та просування товару, реклама.

3. Концепції маркетингу

Логіка розвитку маркетингових концепцій. Критерії визначення концепцій маркетингу. Етапи еволюції концепції маркетингу. Ринок продавця. Ринок покупця. Фрагментарний маркетинг. Виробнича концепція. Товарна концепція. Збутова концепція. Особливості фрагментарного маркетингу. Маркетинг як функція підприємства. Внутрішня та зовнішня орієнтації системи управління підприємством. Особливості маркетингу на даному етапі. Ринкова концепція (традиційний маркетинг). Соціально-відповідальний маркетинг. Стратегічний маркетинг. Маркетинг партнерських стосунків. Маркетинг сітьової взаємодії. Сучасна концепція маркетингу. Етичний кодекс американської асоціації маркетингу (АМА).

4. Види маркетингу та їх характеристика

Класифікація видів маркетингу. Види маркетингу залежно від рівня застосування. Види маркетингу за територіальною ознакою. Види маркетингу залежно від періоду розробки маркетингової програми. Види маркетингу залежно від об'єкту маркетингової діяльності. Види маркетингу залежно від сфери застосування. Види маркетингу залежно від Види маркетингу залежно від цілей обміну. Види маркетингу залежно від попиту на ринку. Види маркетингу залежно від міри диференціації маркетингової діяльності. Порівняння видів маркетингу для споживчого та промислового ринків. Види маркетингу залежно від попиту на ринку. Конверсійний маркетинг. Стимулюючий маркетинг. Ремаркетинг. Демаркетинг. Підтримуючий маркетинг. Протидіючий маркетинг. Індивідуальний маркетинг. Маркетинг в сфері послуг. Основні характеристики послуги. Класифікація послуг за Ф. Ловелоком. Основні складові комплексу маркетингу послуг. Новітні види маркетингу.

5. Маркетингове середовище

Сутність, структура маркетингового середовища. Зовнішнє та внутрішнє середовище маркетингу. Маркетингове макросередовище. Маркетингове мікросередовище. Основні фактори маркетингового макросередовища: демографічні, економічні, природні, науково-технічні, політичні фактори та фактори культурного оточення. Основні фактори маркетингового мікросередовища: Постачальники, маркетингові посередники, клієнти, конкуренти та контактні аудиторії.

6. Ринок та його сегментування

Поняття ринку. Види ринків. Масовий маркетинг, Багатосегментна диференціація, концентрація зусиль на одному сегменті. Сегментування ринку: процес сегментування, чинники сегментування. Географічні чинники сегментування ринку. Соціально-демографічні чинники сегментування ринку. Чинники сегментування, що пов'язані з поведінкою споживача. Місткість ринку та методи її розрахунку. Визначення привабливості ринку та ринкових сегментів. Позиціювання. Процес та фактори споживчого позиціювання.

7. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень

Сутність і система маркетингових досліджень. Напрямки маркетингових досліджень. Маркетингові дослідження на етапах життєвого циклу марки. Алгоритм маркетингових досліджень. Типи маркетингової інформації. Види досліджень за видами інформації. Якісні та кількісні дослідження. Методи якісних досліджень. Методи кількісних досліджень. САТІ (телефонне інтерв'ю за допомогою комп'ютера). САРІ (особисте інтерв'ю за допомогою комп'ютера). Тестування: хол-тест та хом-тест. Метод фокус-групи. Основні напрями маркетингових досліджень. Різновиди визначення ринку. Місткість ринку та методи визначення місткості ринку. Вибірка. та її розмір. Похибки вибірки, репрезентативність. Маркетингові дослідження підприємства. напрями маркетингових досліджень. Аналіз конкуренції, конкурентів та конкурентної позиції підприємства. ESOMAR та УАМ.

8. Комплекс маркетингу

Виникнення комплексу маркетингу та його сутність. Походження комплексу. Концепція «4 Ps». Функції і зміст основних елементів комплексу маркетингу: товар, ціна, продаж, просування. Характерні риси комплексу маркетингу. Принципи формування ефективного комплексу маркетингу. Еволюція концепції «4 Ps». Концепція «5 Ps». Персонал в концепції маркетингу. Концепція «7 Ps»: процес та матеріальні свідчення. Концепція «8 Ps»: психологічне сприйняття та психологічні асоціації споживача. Інші концепції «Ps». Нові «літерні» концепції комплексу маркетингу». Концепція «4 Gs»: споживач, нестатки та потреби, вартість придбання товару, зручність придбання товару, поінформованість споживача щодо товару. Порівняльна характеристика та взаємозв'язок концепцій «4 Ps» та «4 Gs». Концепція «4 As». Концепція «4 Ds». Значення комплексу маркетингу «4 Ps» в теорії маркетингу. Недоліки комплексу маркетингу «4 Ps»

9. Маркетингова товарна політика

Товар, вартість і цінність товару. Поняття товару. Класифікація товарів і послуг. Споживчі товари та споживчі послуги. Категорії вартості та цінності товару. Задоволення споживачів. Категорія товару в економіці та маркетингу. економічне тлумачення категорії «товар». категорія товару в маркетингу. основні складові ринкової пропозиції. Рівні товару. Ієрархія цінностей для споживачів. Ринкові атрибути. Товарна політика. Напрями товарної політики. Асортиментна політика. Характеристика товарного асортименту. Брендінг. Види товарних марок. Життєвий цикл товару. Характеристика стадій життєвого циклу товару. Впровадження. Зростання. Зрілість. Спад. Інноваційна політика. Напрями роботи

з товаром. Мотиви для інновацій. Новий товар. алгоритм розроблення нового товару. Невдачі нових товарів. Конкурентоспроможність та якість нових товарів.

10. Маркетингове ціноутворення

Еволюція теорії ринкового ціноутворення. Марксистська школа та маржиналізм. Чинники ціноутворення. Контрольовані та неконтрольовані чинники. Чинники мікро- та макросередовища. види ціноутворюючих чинників в залежності від їх функціонального призначення. Класифікація цін. Класифікація цін залежно від характеру економічного обороту. Класифікація цін з урахуванням особливостей просування товару. Класифікація цін відповідно до часу дії ціни. Класифікація цін залежно від території. Класифікація цін залежно від діючого законодавства. Ринкові ціни. Сутність маркетингової цінової політики. цінова стратегія. Алгоритм маркетингового розрахунку ціни. цінові стратегії. цінова еластичність попиту. Методи ціноутворення. Методи прямого та непрямого ціноутворення.

11. Маркетингова політика розподілу

Сутність маркетингової політики розподілу. основні завдання маркетингової політики розподілу. Стратегії розподілу. Фізичний розподіл як спільна функція маркетингу і логістики. цикл фізичного розподілу. Стратегії фізичного розподілу. Маркетингові канали: сутність функції та характеристика. Чинники вибору каналу розподілу. Типологія систем розподілу і посередницьких структур. Традиційні вертикальні структури та їх типи. Корпоративні вертикальні маркетингові системи розподілу. контрактні маркетингові системи розподілу. Франчайзинг. Конкуренція в каналах розподілу. Типи посередників-оптовиків в системі розподілу. Торговельні посередники. функціональні посередники. Посередники з комбінованими функціями. Сучасні тенденції в маркетинговій політиці розподілу.

12. Маркетингові комунікації

Комунікації та комунікативний процес. Модель комунікативного процесу. Маркетингова політика комунікацій. маркетингові комунікації. Види маркетингових комунікацій. Комплекс маркетингових комунікацій. Розробка комунікативної програми. Просування. Реклама. Рекламні засоби. Види реклами. Рекламний бюджет. Медіапланування. Канали реклами. не рекламні засоби. Стимулювання збуту. Стимулювання покупців. Стимулювання торгового персоналу. Стимулювання торгових посередників. Зв'язки з громад кістю (PR). Інструменти PR. прямий маркетинг.

13. Конкурентоспроможність товарів і підприємств

Сутність, поняття й види конкурентоспроможності. Національна конкурентоспроможність, конкурентоспроможність товару, конкурентоспроможність підприємства. Предмети конкуренції, суб'єкти конкуренції, об'єкти конкуренції. Показники якості продукції як головний резерв забезпечення конкурентоспроможності. Види показників якості продукції підприємства: узагальнюючі, індивідуальні, непрямі показники. Аналіз конкурентоспроможності товарів та послуг. Принципи оцінки конкурентоспроможності товарів. Етапи процесу визначення конкурентних

позицій. Методики оцінки конкурентоспроможності товарів. Аналіз конкурентоспроможності підприємства. Алгоритм визначення конкурентоспроможності. Показники конкурентоспроможності підприємства. Методики визначення конкурентоспроможності організації.

14. План маркетингу підприємства.

Суть і функції маркетингових планів. Маркетингове планування, як складова стратегічного планування підприємства. Види маркетингових планів. Елементи маркетингової програми фірми. Взаємозв'язки маркетингових планів. Структура маркетингового плану. Опрацювання маркетингового плану. Процес маркетингового планування. Фінансова інформація у маркетингових планах. Контроль плану маркетингу.

Рекомендована література

1. Голованова Л.Н., Голованова М.А. Основы маркетинга: Конспект лекций. Учеб.пособие. – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2003. – 180 с.
2. Голованова М.А. Маркетинг: практикум по ситуационной оценке рынка : учеб. пособие [Текст] / М.А. Голованова, Л.Н. Голованова. – Х. : Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2004. – 179 с.
3. Голованова М.А. Маркетинга: практикум и контрольные задания. – Х.: Нац. аэрокосм. ун-т «Харьк. авиац. ин-т», 2001. – 47 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М. «Бизнес-книга» «ИМА – Кросс. Плюс». 2004 – 702с.
5. Старостіна А.О., Черваньов Д.М., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посібник. – К.: Знання – Прес, 2002.
6. Маркетинг: Підручник/ В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін: Ред. – упор. О. Сидоренко, П. Редько. – К.: Навчально-методичний центр „Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2005.

3.4 Програма з дисципліни «Економіка праці»

1. Об'єкт, предмет і завдання дисципліни.

Об'єкти вивчення дисципліни “Економіка праці. Організація, функціонування та результати трудової діяльності Предмет вивчення дисципліни. Завдання дисципліни.

2. Персонал підприємства.

Персонал підприємства, його склад і структура. Планування потреби в персоналі.

3. Поділ і кооперація праці.

Основні види поділу та кооперації праці на підприємстві. Економічні, психофізіологічні та соціальні критерії поділу праці. Принципи професійно-кваліфікаційного розподілу праці. Поняття “професія”, “спеціальність”, “кваліфікація”. Основні напрямки удосконалення діючої системи розподілу та кооперації праці.

4. Організація праці.

Поняття та основні напрямки організації праці. Трудовий процес та його раціоналізація. Умови праці та фактори їх формування.

5. Трудовий процес і робочий час.

Трудові процеси: суть, види, принципи організації Структура виробничої операції Класифікація та характеристика трудових рухів. Поняття та види робочого часу. Режим робочого часу та порядок його встановлення. Поняття обліку робочого часу та його види. Поняття і види часу відпочинку.

6. Нормування праці.

Поняття та основні напрямки організації праці. Поняття нормування праці. Види норм витрат праці та їх класифікація Об'єкти нормування праці. Методи нормування та етапи розроблення норм часу.

7. Продуктивність та ефективність праці.

Ефективність та методи вимірювання продуктивності праці. Фактори, які впливають на продуктивність праці. Продуктивність та рівень оплати.

8. Оплата праці на підприємстві.

Заробітна платня в економічній системі. Тарифна система. Форми і системи заробітної плати.

10. Аналіз і планування чисельності і структури кадрів.

Методика планування праці. Система трудових показників і взаємозв'язок їх елементів.

11. Аналіз і планування продуктивності праці.

Планування росту продуктивності праці. Методи планування продуктивності праці. Фактори підвищення продуктивності праці.

12 Аналіз і планування заробітної платні.

Склад та характеристика фонду оплати праці персоналу. Структура фонду оплати праці. Вихідні дані для визначення розміру планового фонду заробітної плати. Схема формування фонду заробітної плати робітників. Методи планування фонду заробітної плати.

Рекомендована література

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник / О.А. Грішнова. - К.: "Знання", 2009. – 390с.

2. Гриньова В.М., Шульга Г.Ю. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч. посіб. / В.М. Гриньова, Шульга Г.Ю. - К.: "Знання", 2010. - 310 с.

3. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навчальний посібник / Л.Д. Гармідер, С.О. Філатова. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2013. – 640 с.

4. Калина А.В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібник. – Київ: Персонал, 2014. – 498 с.

5. Колот А.М. Економіка праці і соціально-трудові відносини: Підручник / А. М. Колот, О. А. Грішнова, О. О. Герасименко та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. - К : КНЕУ, 2009. -711с.