

Інститут підприємництва та перспективних технологій

Спеціалізація:

Територіальний маркетинг

(код 075/1303)

Спеціальність:

Маркетинг

(код 075)

Галузь знань:

Управління та адміністрування

(код 07)

Перелік дисциплін

для вступу на навчання за освітньою програмою підготовки магістр

- Мікроекономіка
 - Макроекономіка
 - Логістика
 - Маркетингова політика ціноутворення
 - Маркетинг промислових підприємств, послуг та подій
-
-
-

Спеціальність :: 075. Маркетинг

Галузь знань:: 07. Управління та адміністрування

Спеціалізація (075/1303) :: Територіальний маркетинг

Дисципліна: Мікроекономіка

Розділ 1. Предмет і метод мікроекономіки

- § 1. Мікроекономіка як складова частина економічної теорії*
- § 2. Мета і завдання вивчення мікроекономіки*
- § 3. Проблема обмеженості ресурсів і необхідність вибору*
- § 4. Предмет, концептуальні засади та методологія мікроекономіки*

Розділ 2. Основи попиту і пропозиції

- § 1. Попит. Закон попиту. Фактори, що впливають на зміну попиту*
- § 2. Пропозиція. Закон пропозиції. Фактори, що впливають на зміну пропозиції*
- § 3. Ринкова рівновага. Ринковий механізм. Еластичність попиту та пропозиції*

Розділ 3. Поведінка споживача і теорія граничної корисності

- § 1. Поняття корисності. Сукупна і гранична корисність. Система переваг споживача*
- § 2. Перший закон Госсена. Закон спадної граничної корисності*
- § 3. Криві байдужості. Бюджетні обмеження*
- § 4. Споживчий вибір. Виявлення переваги. Суть раціонального вибору споживача. Поняття рівноваги споживача. Другий закон Госсена*

Розділ 4. Основи теорії виробництва

- § 1. Мікроекономічна модель підприємства*
- § 2. Поняття, параметри і властивості виробничої функції*
- § 3. Сукупний, середній і граничний продукт: економічний і граничний продукт: економічний і графічний аналіз взаємозв'язку їх динаміки. Закон спадної продуктивності*
- § 4. Загальна характеристика ринку факторів виробництва*
- § 5. Витрати виробництва в короткостроковому періоді. Постійні, змінні, сукупні, середні граничні витрати*

Розділ 5. Ринок досконалої та монополістичної конкуренції

- § 1. Ознаки та умови досконалої конкуренції*
- § 2. Максимізація прибутку у коротко та довготерміновому періодах*
- § 3. Особливості ринку монополістичної конкуренції*
- § 4. Визначення ціни та обсягів виробництва при монополістичній конкуренції*
- § 5. Моделі рівноваги монополістичного конкурента. Монополістична конкуренція та ефективність*

Розділ 6. Монопольний ринок та його особливості

- § 1. Основні риси чистої монополії*
- § 2. Визначення ціни та обсягів виробництва монополістом*
- § 3. Економічні наслідки монополізму*

Розділ 7. Олігополістична структура ринку

- § 1. Характерні ознаки олігопольного ринку*
- § 2. Особливості поведінки олігополіста*
- § 3. Моделі дуополії. Ефективність олігополії*

Розділ 8. Ринки ресурсів: попит, пропозиція та ціноутворення

- § 1. Попит на економічні ресурси, його чинники та еластичність*
- § 2. Пропозиція економічних ресурсів*
- § 3. Оптимальне співвідношення попиту фірми на використовувані нею ресурси*
- § 4. Форми капіталу. Ринки капіталу. Ринок фінансового капіталу*
- § 5. Відсоткова ставка. Ринок капітальних активів. Ринок землі. Економічна рента*

Розділ 9. Ринок праці. Заробітна плата

- § 1. Пропозиція праці. Рівновага на ринках праці з досконалою та недосконалою конкуренцією*

§ 2. Заробітна плата та її диференціація

Розділ 10. Загальна рівновага та економічна ефективність

§ 1. Часткова та загальна рівновага

§ 2. Взаємодія ринків. Ефективність розподілу

§ 3. Ефективність за Парето. Оптимізація структури економіки

Література

1. Мікроекономіка: Курс лекцій та вправи: Навч. посіб. – 2-ге вид., стер. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2002. – 211 с.
2. Ватаманюк О. Мікроекономіка. Навч. посібник. Львів. «Інтелект-Захід», 2004. – 375 с.
3. Оверченко В. І., Мажак З. М., Софій М. І. Мікроекономіка: Навчальний посібник./ за наук. ред. О. Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2015. – 348 с
4. Поплавська Ж.В. Мікроекономіка : навч. посіб. для студ. вузів / Ж.В. Поплавська, О.Й. Криса. К. : Алерта, 2009. – 224 с.

Дисципліна: Макроекономіка

Розділ 1. Макроекономіка як наука

§ 1. Предмет та функції макроекономіки

§ 2. Місце макроекономіки в економічній науці

§ 3. Об'єкт і предмет макроекономіки

§ 4. Цілі та інструмент макроекономіки

§ 5. Модель кругопотоку як вихідна модель макроекономічного аналізу

Розділ 2. Макроекономічні показники в системі національних рахунків

§ 1. Валовий внутрішній продукт як основний показник обсягу національного виробництва

§ 2. Два підходи до обчислення ВВП: видатковий і доходний

§ 3. Інші показники національного обсягу виробництва

§ 4. Виробництво та розподіл національного доходу

Розділ 3. Ринок праці

§ 1. Населення як джерело робочої сили, показники ринку праці

§ 2. Види безробіття

§ 3. Попит на працю та її пропозиція

§ 4. Теорії та причини безробіття

§ 5. Втрати від безробіття

Розділ 4. Грошовий ринок

§ 1. Еволюція грошей. Суть і функції грошей. Вимірювання кількості грошей

§ 2. Попит та пропозиція на гроші. Рівновага на грошовому ринку

§ 3. Банківська система. Процес «створення» банківських грошей

Розділ 5. Інфляційний механізм

§ 1. Інфляція: суть, обчислення (ІСЦ, ВВП-дефлятор), види

§ 2. Причини інфляції. Інфляція попиту та інфляція пропозиції

§ 3. Соціально-економічні наслідки інфляції

§ 4. Вибір між інфляцією і безробіттям. Крива Філіпса

§ 5. Методи боротьби з інфляцією

§ 6. Особливості інфляції в Україні

Розділ 6. Сукупні видатки та економічна рівновага

§ 1. Сукупні видатки та рівноважний ВВП

§ 2. Підходи до визначення економічної рівноваги. Підхід «видатки-обсяг виробництва». Кейнсіанський хрест. Підхід «витікання-ін'єкції»

§ 3. Мультиплікатор видатків

§ 4. Вплив зовнішньої торгівлі та державного сектора на рівноважний ВВП

§ 5. Економічна рівновага у довгостроковому періоді. Рецесійний та інфляційний розриви

Розділ 7. Національний ринок товарів та його рівновага

- § 1. Сукупний попит. Цінові та нецінові чинники сукупного попиту
- § 2. Сукупна пропозиція. Цінові та нецінові чинники сукупної пропозиції
- § 3. Рівновага сукупного попиту та сукупної пропозиції. Модель AD-AS
- § 4. Класична та кейнсіанська концепції макроекономічної рівноваги

Розділ 8. Споживання, заощадження та інвестиції

- § 1. Інструментарій для аналізу споживання і заощадження
- § 2. Чинники споживання і заощадження, не пов'язані з доходом
- § 3. Кейнсіанська функція споживача, яка модель поведінки споживача
- § 4. Міжчасовий вибір споживача, модель поведінки споживача Ірвінга Фішера

Розділ 9. Економічна динаміка

- § 1. Циклічні коливання в економіці та їхні причини
- § 2. Основні типи економічного зростання та його чинники
- § 3. Неокласична модель економічного зростання. Модель Солоу
- § 4. Проблеми економічного зростання в Україні

Розділ 10. Держава в системі макроекономічного регулювання

- § 1. Економічні функції держави
- § 2. Фіскальна політика. Державний бюджет
- § 3. Грошово-кредитна політика
- § 4. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Протекціонізм і вільна

Розділ 11. Зовнішньоекономічна діяльність

- § 1. Основні форми зовнішньоекономічних відносин
- § 2. Теорії міжнародної економіки
- § 3. Платіжний баланс і його структура
- § 4. Валютні курси і валютні системи

Література

1. Базилевич В.Д., Баластрик Л.О. Макроекономіка: Опорний конспект лекцій. К.: Четверта хвиля, 2009.- 224 с.
2. Базилінська О.Я. Макроекономіка: Навч.пос./2-ге видання, випр. К.: Центр учбової літератури, 2009.- 442 с.
3. Мельникова В.І., Клімова Н.І. Макроекономіка: Навч. посіб. К.: ВД «Професіонал», 2004.- 349 с.
4. Савченко А.Г., Пухтаєвич Г.О., Тітьонко О.М. Макроекономіка: Підручник. К.: Либідь, 2008. - 288 с.

Дисципліна: Логістика

Розділ 1. Логістика у ринковій економіці

- § 1. Поняття і сутність логістики. Походження терміну, сучасні визначення логістики
- § 2. Етапи розвитку логістики. Мета, завдання і функції логістики
- § 3. Рівні формування логістики. Макро- і мікрологістика
- § 4. Концепція логістики
- § 5. Логістика як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства
- § 6. Роль логістики у формуванні економіки України

Розділ 2. Класифікація форм логістичних утворень

- § 1. Поняття логістичної системи, її мета, основні завдання та функції
- § 2. Класифікація логістичних систем та тенденції їх розвитку
- § 3. Поняття про логістичні ланцюги
- § 4. Канали товароруку: сутність та класифікація
- § 5. Форми взаємовідносин у каналах товароруку

Розділ 3. Характеристика основних елементів логістики

- § 1. Характеристика основних елементів логістики
- § 2. Зміст логістичних функціональних галузей
- § 3. Логістика постачання та її місце в логістиці підприємства

- § 4. Виробнича логістика та її місце в логістиці підприємства
- § 5. Функціональні цілі виробничої логістики. Логістика збуту та її цілі.
- § 6. Логістика переробки та утилізації та її цілі
- § 7. Транспортна логістика
- § 8. Концепція логістичного планування та управління

Розділ 4. Управління матеріальними потоками в логістичних системах

- § 1. Управління матеріальними потоками в логістичних системах
- § 2. Економічна сутність та види логістичних потоків
- § 3. Товарорух: сутність, елементи та основні форми
- § 4. Організація управління матеріальними потоками на рівні підприємства
- § 5. Загальна характеристика технологічних процесів у логістиці

Розділ 5. Заготівельна та розподільча логістика

- § 1. Заготівельна логістика. Сутність, види та функції запасів
- § 2. Нормування запасів. Оптимізація запасів
- § 3. Системи управління запасами
- § 4. Сутність розподільчої логістики. Економічний зміст, завдання, функції та принципи розподільчої логістики
- § 5. Основні методи розподільчої логістики. Організація розподільчої логістики
- § 6. Концепція логістичного центру дистрибуції. Логістичні системи розподільчої логістики

Розділ 6. Внутрішньовиробнича логістика

- § 1. Сутність внутрішньовиробничої логістики. Мета внутрішньовиробничої логістики
- § 2. Особливості побудови виробничої логістики
- § 3. Внутрішньовиробничі логістичні системи на мікро-та макrorівнях
- § 4. Завдання внутрішньовиробничої логістики
- § 5. Порівняльний аналіз традиційної та логістичної концепції організації виробництва

Розділ 7. Логістичний посередництва та складування

- § 1. Основи та організація посередницької логістики
- § 2. Організація та документальне оформлення оптових закупівель торговельними підприємствами
- § 3. Сутність та основні методи оптового продажу товарів торговельними підприємствами
- § 4. Організація товаропостачання товарів підприємств роздрібної торгівлі
- § 5. Організація продажу товарів у системі роздрібної торгівлі. Інтегрована посередницька логістика
- § 6. Склади, їх функції та класифікація. Логістичний процес на складі
- § 7. Система складування та організація переробки вантажів
- § 8. Тара та упаковка при зберіганні вантажів. Оцінка роботи складів

Розділ 8. Транспортна логістика. Транспортно-експедиційні логістичні послуги

- § 1. Суть і завдання транспортної логістики. Вибір виду транспортних засобів
- § 2. Транспортні тарифи та матеріально-технічна база різних видів транспорту
- § 3. Вибір шляхів переміщення вантажопотоків
- § 4. Організація роботи виробничого транспорту
- § 5. Економічна сутність та основні види логістичних послуг. Організація логістичного сервісу
- § 6. Основні підходи до оцінки якості логістичного обслуговування

Розділ 9. Глобалізація процесів логістики

- § 1. Форми логістичних інтеграцій за кордоном
- § 2. Перспективи використання логістики в Україні

Розділ 10. Міжнародна логістика

- § 1. Роль міжнародної логістики в управлінні товаропотоками
- § 2. Сутність міжнародного постачання
- § 3. Відмінності між логістичним каналом і міжнародним логістичним каналом

§ 4. Засоби державного регулювання потоків у міжнародній торгівлі

Література

1. Кальченко А. Г. Логістика: Навч. посібник / А. Г. Кальченко. Київ. нац. ек. ун-т. К., 2000. -147 с.
2. Пономарьова Ю. В. Логістика: Навч. посіб. /Ю. В. Пономарьова. К.: ЦНЛ, 2003. - 189 с.
3. Крикавський Є. В. Логістика: компендіум і практикум: Навч. посібник. / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай, Н. В. Чернописька. К.: Кондор, 2009. - 340 с.
4. Логістика: Теорія та практика : навч. посібник / В. М. Кислий, О. А. Біловодська, О. М. Олефіренко, О. М. Соляник. К. : Центр учбової літератури, 2010. - 242 с.

Дисципліна: Маркетингова політика ціноутворення

Розділ 1. Теоретичні основи ціноутворення

- § 1. Основні теорії ціноутворення
- § 2. Попит і пропозиція як ціноутворюючі чинники
- § 3. Формування цін залежно від типу ринку

Розділ 2. Види та функції цін

- § 1. Система цін. Ціни світового та внутрішнього ринків
- § 2. Класифікація цін за рівнем свободи. Диференціація цін за галузевою формою продукції
- § 3. Обліково-інформаційна функція ціни та її роль в економіці. Розподільча функція
- § 4. Стимулююча і балансуєча функції ціни та їх взаємозв'язок. Функція ціни як засіб раціонального розміщення виробництва

Розділ 3. Склад ціни та формування її елементів

- § 1. Склад ціни. Обов'язкові та необов'язкові елементи ціни
- § 2. Структура ціни. Методи обліку витрат у ціноутворенні
- § 3. Методи визначення в ціні прибутку. Формування в ціні товарних податків
- § 4. Акцизний збір, ставки акцизного збору
- § 5. Податок на додану вартість і його визначення в ціні
- § 6. Посередницько-збутові та торговельні надбавки як самостійні елементи ціни
- § 7. Умови застосування торгово- посередницьких знижок

Розділ 4. Маркетингові стратегії цін

- § 1. Поняття цінової стратегії. Маркетингові стратегії для товарів-новинок
- § 2. Стратегія «зняття вершків», «проникнення»
- § 3. Цінова дискримінація та диференціація цін
- § 4. Тактика як інструмент здійснення цінової стратегії

Розділ 5. Методи ринкового ціноутворення

- § 1. Витратні методи ціноутворення
- § 2. Методи, що спираються на попит. Методи з орієнтацією на конкуренцію
- § 3. Метод тендерного ціноутворення та сфери його застосування

Розділ 6. Ціноутворення на зовнішньому ринку

- § 1. Особливості формування цін на зовнішньому ринку
- § 2. Світові ціни та їх характеристика
- § 3. Особливості встановлення цін на експортно-імпортну продукцію
- § 4. Формування цін на імпортну продукцію

Розділ 7. Цінова політика підприємства

- § 1. Цінова політика підприємства та її основні цілі
- § 2. Необхідність проведення аналізу умов беззбитковості та його завдання
- § 3. Цінова стратегія підприємства та її види
- § 4. Система цінових знижок

Розділ 8. Державна цінова політика та її вплив на економічні процеси

- § 1. Цінова політика держави та її основні цілі. Необхідність державного регулювання цін
- § 2. Основні форми втручання держави у процес ціноутворення
- § 3. Пряме регулювання цін та його методи

§ 4. Система органів ціноутворення, їхні завдання та функції

§ 5. Вплив на економіку втручання держави у процеси ціноутворення шляхом введення фіксованих, або граничних цін

Література

1. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посіб. К.: Кондор, 2008.

2. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. - 240 с.

3. Литвиненко Я.В. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. К.: Знання, 2010. - 294 с.

4. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2007. - 200 с.

Дисципліна: Маркетинг промислових підприємств, послуг і подій

Розділ 1. Сутність, суб'єкти та об'єкти промислового маркетингу

§ 1. Сутність промислового маркетингу (промислових підприємств)

§ 2. Характеристика суб'єктів та об'єктів промислового маркетингу

Розділ 2. Стратегії промислового маркетингу

§ 1. Поняття та формування стратегії промислового маркетингу. Види та типи стратегій

§ 2. Захисні, розвиваючі та атакуючі стратегії, їх мета та цільовий результат для організованих споживачів

§ 3. Моделі прийняття стратегічних рішень у промисловому маркетингу

§ 4. Суть та методологія моделей: аналіз господарського та продуктового портфелю, ситуаційний аналіз, матриця Ансоффа, матриця конкуренції М. Портера, маржинальний аналіз та інші моделі

§ 5. Напрями комплексного вивчення ринку

Розділ 3. Ринок промислових товарів і модель поведінки організацій-споживачів

§ 1. Ринок промислових товарів і особливості маркетингової діяльності

§ 2. Модель поведінки організацій-споживачів

Розділ 4. Технологічні засади промислового маркетингу

§ 1. Критерії оцінки товарів промислового маркетингу, спільні підходи до дослідження логіки галузі для різних галузей

§ 2. Основні конкурентні сили, конкурентна ситуація

§ 3. Специфіка проведення промислових маркетингових досліджень

§ 4. Сегментації ринку та вибір цільового сегмента

Розділ 5. Прогнозування попиту на товари промислового призначення

§ 1. Ринковий попит та маркетингова чутливість ринку, рівень попиту як потенційна можливість реалізації товарів фірми

§ 2. Місткість ринку

§ 3. Методи оцінки перспективного попиту на товари конкретного підприємства: опитування, з'ясування сукупної думки збутового персоналу, метод експертних оцінок

Розділ 6. Управління маркетингом на промисловому підприємстві

§ 1. Ділове управління, планування маркетингу, організація маркетингової діяльності на промисловому підприємстві

§ 2. Маркетингова товарна, цінова політика промислового підприємства та управління якістю в товарній політиці

§ 3. Дистрибуційна політика та основи логістики збуту промислового підприємства, комунікаційна політика

Розділ 7. Маркетинг послуг

§ 1. Ринок послуг в сучасній економіці

§ 2. Принципи, функції та концепції маркетингу послуг

§ 3. Діяльність підприємств сфери послуг у маркетинговому (ринковому) середовищі

Розділ 8. Маркетинг подій

§ 1. Поняття Івент, класифікація подій

§ 2. Організація подій як способу просування товарів, робіт, послуг

Література

1. Іванова Л. О. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. - 508 с.
2. Пилипчук В.П., Оснач О.Ф., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 264 с.
3. Промисловий маркетинг. навч. пос., Пилипчук В.П. КИЇВ, Центр навч. літератури. 2005.- 264 с.
4. Промисловий маркетинг: Теорія та господарські ситуації: Підруч. / За ред. А.О. Старостиної. К.: Іван Федоров, 2005. - 259 с.