

Інститут просторового планування та перспективних технологій

Спеціальність:

075 Маркетинг
(код 13-075-Б)

Галузь знань: Управління та адміністрування
(код 07)

Перелік дисциплін
для вступу на навчання за освітньою програмою підготовки бакалавра
на основі попередньо здобутої вищої освіти (II БВО)

- **Економіка підприємства**
- **Основи економічної теорії**
- **Маркетинг**

Дисципліна: Економіка підприємства

Розділ 1. Ринок і продукція

§ 1. Програма діяльності підприємства та підходи до її розробки.

§ 2. Поняття та види виробничої потужності підприємства. Ресурсне забезпечення виробничої програми діяльності підприємства

Розділ 2. Персонал підприємства, продуктивність та оплата праці

§ 1. Склад та кваліфікаційні характеристики, планування чисельності персоналу. Продуктивність праці, методи її розрахунку та чинники зростання.

§ 2. Оплата праці, її принципи, види, форми та системи.

Розділ 3. Капітал підприємства

§ 1. Склад та структура основних виробничих фондів (ОВФ) підприємства. Економічна сутність амортизації ОВФ та методи її нарахування. Система показників ефективності відтворення та використання ОВФ

§ 2. Сутність, склад та структура оборотних коштів підприємства. Нормування витрат матеріальних ресурсів.

Розділ 4. Витрати на виробництво та реалізацію продукції. Фінансово-економічні результати діяльності підприємства

§ 1. Поняття витрат підприємства та собівартості продукції, групування витрат. Оцінювання рівня витрат підприємства та шляхи зниження собівартості його продукції

§ 2. Поняття та види прибутку і доходу. Показники прибутковості підприємства та продукції

Література

1. *Економіка підприємства: теорія і практикум* : навч. посіб. / за ред. доц. Н.Г. Міценко, доц. О.І. Ященко. – Львів: Магнолія-2006, 2008. – 688 с.
2. *Бойчик І.М.* Економіка підприємства : навч. посіб. / І.М. Бойчик. – К., 2007. – 478 с.
3. *Економіка підприємства* : підруч. / М.Г. Грецак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; за заг. ред. С.Ф. Покропивного. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 528 с.
4. *Економіка підприємства* : електронний навч. посіб. – Львів: віртуальне середовище Нац. ун-ту «Львівська політехніка».

Дисципліна: Основи економічної теорії

Розділ 1. Виробництво і його форми

§ 1. Виробничі можливості суспільства і потреби. Виробництво і його основні фактори. Обмеженість ресурсів

§ 2. Товарна форма організації суспільного виробництва. Суть та функції грошей. Грошовий обіг та його закони. Інфляція, її суть і причини

Розділ 2. Економічна система суспільства. Теоретичні основи ринкової економіки

§ 1. Економічна система, її сутність та основні структурні елементи. Класифікація економічних систем

§ 2. Суть, структура та функції ринку. Попит і пропозиція, фактори, що на них впливають. Ринкова рівновага і ринкова ціна

Розділ 3. Підприємство і підприємництво в ринковій економіці

§ 1. Підприємство як суб'єкт економічної системи. Класифікація підприємств

§ 2. Витрати виробництва, дохід і прибуток підприємства

Розділ 4. Макроекономічні проблеми функціонування економіки

§ 1. Національний продукт і його вимірювання. Номінальний і реальний ВВП. Економічне зростання

§ 2. Циклічність економічного розвитку. Ринок праці і безробіття. Економічні функції держави

Література

1. *Касьяненко Л.М.* Економічна теорія : навч. посіб. / Л. М. Касьяненко. – К. : Цул, 2015. – 224 с.
2. *Мартин О.М.* Основи економічної теорії : навч. посіб. / О.М. Мартин, А.І. Харчук. – Львів, ЛДУ БЖД, 2014. – 308 с.
3. *Економічна теорія: Політекономія* : підруч. / за ред. В.Д. Базилевича. – 9-те вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2014. – 719 с.
4. *Отрошко О.В.* Основи економічної теорії : навч. посіб. / О.В. Отрошко. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : Знання, 2013. – 334 с.
5. *Максименко І.А.* Політична економія : навч. посіб. / І.А. Максименко. – 2-ге вид. – Чернівці: Прут, 2012. – 600 с.

Дисципліна: Маркетинг

Розділ 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

§ 1. Сутність та види маркетингу

§ 2. Зміст маркетингової діяльності на підприємстві

Розділ 2. Система і характеристика сучасного маркетингу

§ 1. Фактори макро- і мікросередовища

§ 2. Концепція маркетингової інформаційної системи

Розділ 3. Маркетингові дослідження

§ 1. Принципи сегментації ринку

§ 2. Дослідження поведінки покупців

§ 3. Позиціонування товару

Розділ 4. Маркетингова товарна політика

§ 1. Класифікація товарів та асортиментна політика

§ 2. Якість і конкурентоспроможність товару

§ 3. Концепція життєвого циклу товару

Розділ 5. Маркетингова цінова політика

§ 1. Цілі цінової політики

§ 2. Аналіз факторів впливу на цінову політику

§ 3. Моделі та методи ціноутворення

§ 4. Цінова стратегія та пристосування ціни

Розділ 6. Маркетингова політика розподілу

§ 1. Канали розподілу товарів

§ 2. Вертикальні та горизонтальні маркетингові системи

§ 3. Класифікація посередників

§ 4. Основи збутової логістики

Розділ 7. Маркетингова політика комунікацій

§ 1. Характеристика складових системи маркетингових комунікацій

§ 2. Методи визначення бюджету на просування товарів

Розділ 8. Організація і контроль маркетингової діяльності підприємств

§ 1. Види організації служби маркетингу на підприємстві

§ 2. Типи маркетингового контролю

Література

1. *Мороз Л.А.* Маркетинг : підруч. / Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай; за ред. Л.А. Мороз. – 5-е вид., онов. – Львів: Бухгалтерський центр «Ажур», 2010. – 232 с.
2. *Маркетингові дослідження*: навч. посіб. Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сорока. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка» (Інф.-видав. центр «ІНТЕЛЕКТ+» Ін-ту післядипломної освіти), Інтелект-Захід, 2004. – 288 с.

3. *Сенишин О. С., Кривешко О. В.* Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.