

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ННІЕМ
С. Петровська
« 10 » 04 С. Петровська
2017р.




Система менеджменту якості

ПРОГРАМА

додаткового вступного випробування
за освітньою програмою підготовки фахівців
освітнього ступеня «Магістр»

за спеціальністю 073 «Менеджмент»
назва спеціальності
спеціалізація «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
назва спеціалізації

СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017


	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 2 з 10	

ВСТУП

Мета додаткового вступного випробування — визначення рівня знань за напрямками професійної діяльності та формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін відповідних освітніх програм. Вступник повинен продемонструвати фундаментальні, професійно-орієнтовні знання та уміння, здатність вирішувати типові професійні завдання, передбачені програмою вступу.

Додаткове вступне випробування проходить у формі тестового завдання з використанням комп'ютерної техніки.

Організація додаткового вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного авіаційного університету.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
	Стор. 3 з 10		

**Перелік програмних питань
з дисциплін, які виносяться на додаткове вступне випробування
за освітньою програмою підготовки фахівців
освітнього ступеня «Магістр»**

“Основи економічної теорії”


1. Основні методи пізнання соціально-економічних процесів
2. Специфіка соціально-економічних досліджень. Мікроекономічний та макроекономічний рівні досліджень.
3. Виробництво як визначальний фактор потреб суспільства.
4. Продуктивні сили як матеріальна основа економічної системи.
5. Ефективність виробництва: її економічні та соціальні показники.
6. Суть, причини та види інфляції. Її соціально-економічні наслідки.
7. Роль ринкової інфраструктури в регулюванні економічних процесів.
8. Види конкуренції. Економічний закон конкуренції.
9. Організаційна та фінансова реструктуризація підприємств в умовах переходу до ринку.
10. Економічне відтворення та економічне зростання. Циклічність економічного розвитку.

“Маркетинг”

1. Розкрийте сутність найважливіших принципів маркетингу.
2. Зобразіть графічно й опишіть модель маркетингової діяльності.
3. Охарактеризуйте сутність поняття „комплекс маркетингу”.
4. Розкрийте поняття „маркетингове середовище фірми”. Назвіть основну мета його вивчення.
5. Охарактеризуйте фактори мікросередовища функціонування фірми.
6. Що являє собою маркетингова інформаційна система (МІС)? Представте концепцію МІС графічно.
7. З яких етапів складається процес маркетингового дослідження?
8. Охарактеризуйте переваги і недоліки первинної маркетингової інформації.
9. Які фактори впливають на поведінку покупця на споживчому ринку?
10. Розкрийте основні відмінності між споживчим ринком і ринком організацій-споживачів.
11. Що таке „кон’юнктура ринку”? Охарактеризуйте основні види товарної кон’юнктури.
12. Що таке „сегментація ринку”? Для чого застосовують цей маркетинговий прийом?
13. Охарактеризуйте найпоширеніші принципи сегментації споживчого ринку.
14. Охарактеризуйте найпоширеніші принципи сегментації ринку товарів промислового призначення.
15. Охарактеризуйте маркетингові стратегії охоплення ринку.

“Економіка і фінанси підприємства”

1. Системи оплати праці та їх характеристика.
2. Основні фонди підприємства. Показники їх використання.
3. Умови оптимізації обсягів випуску продукції у конкурентному середовищі.
4. Поняття ресурсного потенціалу. Основні напрямки підвищення ефективності ресурсного потенціалу підприємства.
5. Поточні витрати підприємства, їх класифікація.
6. Собівартість продукції, послуг.
7. Методи калькулювання собівартості продукції.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
	Стор. 4 з 10		

8. Особливості калькулювання продукції в цивільній авіації України.
9. Фінансові результати діяльності підприємства.
10. Показники прибутку та рентабельності діяльності підприємства.
11. Сутність, функції та джерела утворення прибутку.
12. Основні показники та критерії ефективності діяльності підприємства.
13. Система показників ефективності діяльності підприємства.
14. Показники та критерії оцінки конкурентоспроможності підприємства.

“Підприємницьке право”

1. Організація підприємницької діяльності.
2. Нормативні акти, що регулюють порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.
3. Договірне право. Відповідальність за порушення договірних зобов'язань.
4. Особливості оптової торгівлі.
5. Види біржових угод.
6. Договір страхування.
7. Правове регулювання страхової діяльності.
8. Антимонопольне регулювання підприємницької діяльності.
9. Правове регулювання ЗЕД суб'єктів підприємницької діяльності.


Список літератури для самостійної підготовки вступника до додаткового вступного випробування

Основна література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №18, №19-20, №21-22.
2. Економічна теорія: політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – [9-ге вид., доповн.]. – К.: Знання, 2014. – 710 с.
3. Мостенська Т.Л. Менеджмент: підручник / Т.Л. Мостенська, В.О. Новак, М.Г. Луцький, О.В. Ільєнко. – [2-ге вид.]. – К.: Кондор, 2012. – 758 с.
4. Новак В.О. Організаційна поведінка: підручник / В.О. Новак, Т.Л. Мостенська, О.В. Ільєнко. – К.: Кондор, 2013. – 498 с.
5. Пілецький В.Т. Маркетинг: теорія, практика, самостійна робота, контроль: навч. посіб./Донбаський держ. технічний ун-т./ В.Т. Пілецький, О.Ю. Мананнікова – Алчевськ ДДТУ, 2007. – 388 с.
6. Болтянська Л.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / Л.О. Болтянська, Л.О. Андрєєва, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
7. Підприємницьке право: навч. посіб./ За ред. О.В. Старцева. – К.: Істина, 2006. – 208 с.

Додаткова література

1. Гальчинський А.С. Основи економічних знань / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. – [2-ге вид.]. – К.: Вища школа, 2008. – 503 с.
2. Мельник П.В. Економічна теорія: навч. посіб. / П. В. Мельник. – Чернівці: Прут, 2010. – 352 с.
3. Петруня Ю.Є. Маркетинг: навч. посіб. / Ю.Є. Петруня. – К.: Знання, 2007. – 325 с.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
	Стор. 5 з 10		

Міністерство освіти і науки України
 Національний авіаційний університет

Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
назва навчально-наукового інституту

Кафедра менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
назва випускової кафедри

Освітній ступінь Магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»
шифр, назва спеціальності

Спеціалізація (освітня програма) «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ЗАТВЕРДЖУЮ
 Директор ННІЕМ


підпис

прізвище, ініціали


Додаткове вступне випробування

Варіант № 3


1. Єдину ставку для одного товару чи товарної групи незалежно від країни походження називають:
 - а) простими митними тарифами;
 - б) складними митними тарифами;
 - в) сезонними митними тарифами;
 - г) специфічними митними тарифами.
2. З чого складається організація?:
 - а) керуючої та керованої підсистем;
 - б) керованої підсистеми;
 - в) керуючої системи;
 - г) керуючої системи, яка забезпечує отримання прибутків.
3. За порушення умов щодо якості товарів стягуються штрафні санкції у розмірі:
 - а) 10% від вартості неякісних товарів чи послуг;
 - б) 0,1% від вартості неякісних товарів чи послуг;
 - в) 20% від вартості неякісних товарів чи послуг;
 - г) 30% від вартості неякісних товарів чи послуг.
4. За результатами ревізії оформлюється:
 - а) довідка;
 - б) акт;
 - в) доповідна записка;
 - г) звіт ревізійної комісії.
5. Загальна сума надходжень отриманих від усіх видів діяльності у матеріальній, нематеріальній та грошовій формах – це:
 - а) прибуток;
 - б) рентабельність;
 - в) дохід;
 - г) всі відповіді вірні.
6. Загальні показники ефективності міжнародних економічних відносин не включають:
 - а) зростання рівня міжнародної спеціалізації національного виробництва;
 - б) зростання національного доходу;
 - в) зростання продуктивності праці;
 - г) зниження собівартості продукції.
7. Загальнодержавні податки за формою стягнення поділяються на:
 - а) прямі;
 - б) непрямі;
 - в) прогресивні;

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 6 з 10	


- г) відповіді і вірні.
8. Захист від іноземної конкуренції окремих галузей – це:
- колективний протекціонізм;
 - монопольний протекціонізм;
 - скритий протекціонізм;
 - селективний протекціонізм.
9. Захист вітчизняних товарів від імпоротної конкуренції це:
- адвалор;
 - протекціонізм;
 - преференція;
 - анти демпінг.
10. Заяву кредитора або боржника в господарському суді про визнання суб'єкта господарювання банкрутом може бути відкликано:
- кредитором;
 - боржником зі згоди кредитора;
 - органами державної податкової служби;
 - органами державної податкової служби і контрольно-ревізійної служби.
11. Заяву про банкрутство юридичної особи можуть подавати:
- дебітори;
 - кредитори;
 - покупці;
 - клієнти.
12. Згідно Закону України “Про рекламу”, суб'єктами рекламного законодавства вважаються:
- рекламодавець, виробник реклами, розповсюджувач реклами, засіб рекламування;
 - рекламодавець, виробник реклами, розповсюджувач реклами, засоби масової інформації, споживачі реклами;
 - рекламодавець, виробник реклами, споживач реклами, засоби масової інформації;
 - рекламодавець, виробник реклами, розповсюджувач реклами, споживачі реклами.
13. Згідно ст. 42 Конституції України захист конкуренції у підприємницькій діяльності забезпечує:
- Антимонопольний Комітет України;
 - Президент України;
 - держава;
 - господарський суд.
14. Значення дослідження ринку ресурсів пов'язано з тим, що на цьому ринку:
- ціна ресурсу на ринку значною мірою визначає співвідношення факторів виробництва для створення даного виду товарів та послуг;
 - змінюється еластичність попиту і пропозиції;
 - формуються грошові доходи населення;
 - ціни цього ринку стимулюють ефективне використання обмежених ресурсів.
15. Інвентаризацію та оцінку майна банкрута проводить:
- банкрут;
 - комітет кредитора;
 - прокуратура;
 - ліквідаційна комісія.
16. Іноземні інвестиції в Україні здійснюються у вигляді:
- іноземної валюти, що визнається конвертованою НБУ;
 - прав на здійснення господарської діяльності, не включаючи права на користування надрами та використання природних ресурсів, наданих відповідно до законодавства або договорів;
 - валюти України при фінансуванні в об'єкт первинного фінансування за умови несплати податку;
 - правильна відповідь відсутня.
17. Інструментами тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності є:
- сертифікація;
 - державна реєстрація експортних контрактів;
 - акциз;
 - квотування.
18. Інтерактивний режим оброблення інформації дозволяє кінцевому користувачу:
- безпосередньо впливати на процес оброблення інформації;
 - користуватися системою підтримки прийняття рішень;
 - виконувати централізоване оброблення інформації в обчислювальному центрі;
 - використовувати економічні моделі розвитку підприємства.

	<p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 7 з 10	

19. Існує такі дві функції податків:
- розподільча і функціональна;
 - обірати і зробити банкрутом;
 - збагачувальна і фіскальна;
 - фіскальна і розподільча.
20. Капіталовкладення у розвиток господарського суб'єкта з метою отримання прибутку і контролю за здійсненням його діяльності - це:
- лізинг;
 - субсидії;
 - пряме інвестування;
 - портфельне інвестування.
21. Керівник – прихильник централізації управління у будь-яких ситуаціях і це є ознакою визначеного стилю керівництва:
- ліберального;
 - демократичного;
 - традиційного;
 - автократичного.
22. Ким були розроблені та видані «Міжнародні комерційні терміни»:
- Міжнародною торговою палатою України;
 - Організацією Об'єднаних Націй;
 - Міжнародною торговою палатою СРСР;
 - Міжнародною торговою палатою у Парижі.
23. Консенсуальний контракт передбачає:
- дотримання всіх формальностей;
 - договір честі;
 - чіткості зобов'язання сторін;
 - узгодження волі сторін без дотримання всіх формальностей.
24. Консорціум – це:
- договірне об'єднання;
 - тимчасове статутне об'єднання для досягнення спільної мети;
 - договірне об'єднання, створене на основі поєднання інтересів;
 - немає правильної відповіді.
25. Конституцією України (ст. 41) визначено такі форми власності:
- приватна і державна;
 - індивідуальна, колективна і державна;
 - особиста, колективна і державна;
 - приватна, колективна і державна.
26. Після якого етапу міжнародного маркетингового дослідження здійснюється вибір проекту дослідження?:
- визначення проблеми;
 - визначення методу збору даних;
 - розробка форм, що заповнюються в ході спостереження;
 - проекування вибірки і збір даних.
27. Структура маркетингового дослідження складається з:
- дослідження ринку;
 - дослідження ринку і власного підприємства;
 - аналізу фондового ринку;
 - аналізу конкурентоспроможності фірми.
28. Що відноситься до недоліків вторинної інформації?:
- відносно висока вартість;
 - не в повній мірі відповідність завданням дослідження;
 - значні витрати часу на одержання інформації;
 - можливість формування нерепрезентативної вибірки опитуваних споживачів.
29. Що відноситься до недоліків первинної інформації?:
- відносно висока вартість і значні витрати часу на її одержання;
 - вона не повною мірою відповідає завданням дослідження;
 - не завжди забезпечується достовірність і точність інформації;
 - замовник не стає власником інформації.
30. Що збільшує імовірність одержання відповіді при поштовому методі збору даних?:
- грошові і негрошові стимули;

	<p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 8 з 10	

- б) персоналізація;
в) анкета «в кольорі»;
г) обговорення крайнього терміну здачі анкети.
31. Який основний недолік властивий поштовому методу збору первинних даних?:
а) низька імовірність одержання відповідей на питання;
б) висока вартість;
в) кількісне обмеження питань;
г) слабкий рівень використання візуальних засобів.
32. Які організації формують систему взаємовідношень із зарубіжними замовниками не на одноразовому запиті, а на абонементному обслуговуванні?:
а) торгово-промислові палати країн, міст, адміністративних територій;
б) банки;
в) кредит-бюро;
г) організації сприяння розвитку виробництва і експорту.
33. Вимушена адаптація - це коли:
а) із законами і місцевими розпорядженнями доводиться рахуватись всім експортерам;
б) із законами і місцевими розпорядженнями доводиться рахуватись окремим експортерам;
в) законів і місцевих розпоряджень слід дотримуватися;
г) закони і місцеві розпорядження можна ігнорувати.
34. Для проведення модифікації існуючого товару необхідна наступна інформація:
а) загальна оцінка ринкових характеристик товару, відношення споживача до товару, практика конкурентів;
б) загальна оцінка ринкових характеристик товару, відношення споживача до товару, практика на інших ринках;
в) загальна оцінка ринкових характеристик товару, відношення споживача до товару, практика на своєму ринку;
г) загальна оцінка ринкових характеристик товару, практика конкуренції, відношення споживача і товаровиробника.
35. При вилученні товару з обігу необхідно оцінити:
а) кількісно-комерційні характеристики кожного товару на всіх ринках;
б) кількісно-комерційні характеристики кожного товару на одному ринку;
в) кількісно-комерційні характеристики одного товару на всіх ринках;
г) кількісно-комерційні характеристики одного товару на одному ринку.
36. Пробний продаж повинен проводитися:
а) на ринку одного району;
б) в одному місті;
в) в декількох країнах;
г) в групі міст.
37. Розвиток первинного попиту, збільшення своєї долі ринку, придбання ринків, захист свого положення на ринку, раціоналізація ринку - це стратегії:
а) інтенсивного росту;
б) диверсифікації;
в) інтегративного росту;
г) диференціації.
38. Товари, що не вимагають адаптації:
а) фото- і відеокамери;
б) мотоцикли, мікрохвильові печі;
в) верстати, мікросхеми;
г) всі відповіді вірні.
39. У вимушену адаптацію входять:
а) норми безпеки, норми гігієни, технічні норми;
б) норми безпеки, норми гігієни, норми відповідальності;
в) технічні норми, норми гігієни, норми відповідальності;
г) норми гігієни, норми відповідальності, моральні норми.
40. Фритредерство – це:
а) політика, направлена на захист власної промисловості;
б) політика, направлена на заохочення іноземних партнерів;
в) політика вільної торгівлі;
г) політика вимушеної адаптації.
41. Що відноситься до маркетингових стратегій розвитку ринків?:
а) освоєння нових сегментів;
б) освоєння нових каналів збуту;
в) територіальна експансія;


	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 9 з 10	

- г) всі відповіді вірні.
42. Що відноситься до маркетингових стратегій розвитку через товари?:
- розширення товарної гами;
 - додавання характеристик товару;
 - оновлення лінійки товарів;
 - всі відповіді вірні.
43. Який із методів використовується для кількісної оцінки параметрів товару?:
- кваліметричний;
 - метод побудови карти-схеми сприйняття;
 - метод компромісного аналізу;
 - метод визначення споживчої цінності.
44. Яким маркетинговим стратегіям відповідає визначення “стратегії актуальні, коли фірма ще не вичерпала повністю можливості, пов’язані з її товарами на ринках, на яких вона діє”?:
- стратегії інтенсивного росту;
 - інтегративні стратегії;
 - стратегії диверсифікації;
 - стратегії демаркетингу.
45. Яким маркетинговим стратегіям відповідає визначення «ціллю стратегій є надання товару відмінних властивостей, які важливі для споживача і які відрізняють товар від пропозицій конкурентів»?:
- стратегії спеціалізації;
 - стратегії диференціації;
 - стратегії лідерства за рахунок економії на витратах;
 - інтегративні стратегії.
46. Для характеристики української економіки у 90-х роках ХХ ст. найкраще підходить прикметник:
- командна;
 - ринкова;
 - перехідна;
 - традиційна.
47. До соціально-економічних наслідків інфляції можна віднести:
- галопуючу інфляцію;
 - зростання виробництва і насичення ринку товарами;
 - порушення нормальних господарських зв’язків;
 - скорочення дефіциту державного бюджету.
48. Постійний капітал за натурально-речовою формою представлений:
- предметами праці;
 - засобами праці;
 - засобами виробництва;
 - робочою силою .
49. В марксистській економічній теорії прибуток – це:
- головна мета підприємницької діяльності;
 - перетворена форма додаткової вартості;
 - основний критерій ефективності підприємницької діяльності ;
 - одна з форм власності.
50. Визначення ринку як форми організації суспільного господарства:
- пов’язане з еволюцією натурального виробництва;
 - характеризує ступінь державного втручання в економічні процеси;
 - розкриває особливості міжнародного поділу праці;
 - є найбільш складним та узагальнюючим з точки зору економічної теорії.

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Протокол № 2 від «06» лютого 2017р.

Голова фахової атестаційної комісії

_____ О.В. Ільєнко
підпис П.Б.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА додаткового вступного випробування за освітньою програмою підготовки фахівців освітнього ступеня «Магістр»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.02.03 - 02-2017
		Стор. 10 з 10	

Рейтингові оцінки за виконання окремих завдань додаткового вступного випробування

Вид навчальної роботи	Максимальна величина рейтингової оцінки (бали)
Виконання одного тестового завдання	2
Усього:	100

Значення рейтингових оцінок в балах за виконання завдань
вступних випробувань та їх критерії*

Оцінка в балах за виконання окремих завдань	Критерій оцінки
90-100	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
82 – 89	Виконання вище середнього рівня з кількома помилками
75 – 81	У загальному вірне виконання з певною кількістю помилок
67 – 74	Непогане виконання, але зі значною кількістю помилок
60 – 66	Виконання задовольняє мінімальним критеріям
менше 60	Виконання не задовольняє мінімальним критеріям

Увага! Оцінка менше, ніж 60 балів не враховується при визначенні рейтингу

* Значення оцінок у балах та їх критерії відповідають вимогам шкали ECTS

Відповідність рейтингових оцінок
у балах оцінкам за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82 – 89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75 – 81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67 – 74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60 – 66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35 – 59	Незадовільно	FX	Незадовільно
1 – 34		F	Незадовільно