**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ВСТУПНОГО ІСПИТУ ДО АСПІРАНТУРИ**

**ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 076 ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА**

**БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ**

**(освітньо-наукова програма** – **«Економіка та управління підприємствами»)**

1. Сутність підприємництва як форми господарської діяльності.
2. Принципи і механізми реалізації підприємницької діяльності.
3. Підприємство, його основні ознаки. Види та організаційні форми підприємств.
4. Види та особливості об’єднань підприємств.
5. Сутність, складові та характерні риси зовнішнього середовища підприємства.
6. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства.
7. Сутність, функції та принципи управління підприємством.
8. Методи управління суб’єктами господарювання.
9. Організаційні структури управління підприємствами, їх види, принципи побудови.
10. Методичні основи планування.
11. Стратегічні плани підприємства. Поточне та оперативне планування.
12. Економічна сутність та склад необоротних активів підприємства.
13. Оцінка та амортизація необоротних активів підприємства.
14. Спрацювання та відтворення основних засобів.
15. Ефективність використання основних засобів.
16. Виробнича потужність підприємства та методи її визначення.
17. Поняття оборотних активів підприємства, їх склад та структура.
18. Нормування та оцінка запасів промислових підприємств.
19. Ефективність використання оборотних активів.
20. Поняття, класифікація і структура персоналу підприємства.
21. Показники наявності та використання персоналу.
22. Визначення чисельності персоналу та нормування праці.
23. Продуктивність праці та її планування. Чинники зростання продуктивності праці.
24. Поняття та структура заробітної плати.
25. Тарифна система оплати праці.
26. Форми та системи оплати праці.
27. Механізм регулювання заробітної плати.
28. Основні показники виробничої програми підприємства.
29. Формування якості продукції та забезпечення її конкурентоспроможності.
30. Організація виробничих процесів та виробничих циклів.
31. Методи організації виробничих процесів. Розрахунок параметрів однопредметних потокових ліній.
32. Суть витрат, їх класифікація.
33. Собівартість продукції та її види.
34. Калькулювання собівартості продукції.
35. Економічна сутність та функції ціни.
36. Види, структура ціни та методи її встановлення.
37. Капітал підприємства та його види.
38. Дохід підприємства, його суть і види.
39. Прибуток підприємства, порядок визначення та використання.
40. Рентабельність підприємства та ефективність діяльності підприємства.
41. Інвестиційна діяльність: сутність, суб’єкти та об’єкти.
42. Характеристика інноваційних процесів на підприємстві.
43. Інвестиційні та інноваційні проекти підприємства.
44. Показники ефективності інвестиційних та інноваційних проектів.
45. Сутність діагностики підприємства: види, завдання, методи.
46. Комплексна економічна діагностика діяльності підприємства.
47. Економічна безпека підприємства: сутність, складові, діагностика.
48. Загальна характеристика процесу реструктуризації підприємства.
49. Санація підприємства: сутність, економічних зміст, порядок проведення.
50. Банкрутство та ліквідація підприємства.
51. Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
52. Види маркетингу залежно від розвитку і стану ринкового попиту.
53. Маркетингове середовище підприємства: сутність та основні ознаки.
54. Макросередовище підприємства та його основні складові.
55. Мікросередовище підприємства та його основні складові.
56. Маркетинг споживчих товарів.
57. Маркетинг товарів промислового призначення.
58. Основні принципи сегментування ринку. Три способи охоплення ринку.
59. Система маркетингової інформації.
60. Маркетингові дослідження: поняття, види, організація.
61. Модель купівельної поведінки споживача та її особливості.
62. Кон’юнктура ринку та її основні критерії.
63. Поняття про конкуренцію та її основні види.
64. Моніторинг конкурентів, методи і прийоми конкурентної боротьби.
65. Товар у маркетинговій діяльності підприємства.
66. Право на використання товарного знака. Основні вимоги до товарних знаків.
67. Місткість товарного ринку, чинники впливу на формування місткості ринку.
68. Маркетингова стратегія ціни. Основний закон, що обумовлює залежність попиту на товар від ціни.
69. Розповсюдження – один із елементів комплексу маркетингу. Поняття про канали розповсюдження і його функції.
70. Сутність мерчандайзингу та його функції.
71. Маркетингова логістика та її основні функції.
72. Сутність стратегії просування. Аргументи “за” і “проти” маркетингової стратегії просування.
73. Стимулювання збуту як комплекс маркетингових комунікацій.
74. Управління маркетингом та його основні етапи.
75. Виявлення нових ринків товарів за допомогою сітки розвитку товару і ринку. Метод компанії Boston Consultiong Group.
76. Поняття, суть і завдання реклами.  Соціально-психологічні основи реклами.
77. Поняття та основні принципи складання рекламних текстів.
78. Медіапланування та визначення рейтингів медіаносіїв.
79. Економічна ефективність рекламної кампанії.
80. Конкурентна стратегія: сутність та її види.
81. Менеджмент: сутність, значення та історія розвитку.
82. Сутність, особливості та класифікація функцій менеджменту.
83. Основні вимоги до менеджера та його роль на підприємстві.
84. Організування як загальна функція менеджменту.
85. Переваги та недоліки організаційних структур управління.
86. Аналіз та оцінювання організаційних структур управління.
87. Формування організаційних структур управління в умовах зовнішньоекономічної діяльності.
88. Делегування, його етапи та умови застосування.
89. Планування як загальна функція менеджменту.
90. Характеристика основних методів розробки планів.