

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА  
АРХІТЕКТУРИ»**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**



Голова приймальної комісії,  
ректор ДВНЗ ПДАБА, професор

М. В. Савицький

«03» березня 2020 р.

**ПРОГРАМА**

**фахового вступного випробування  
для здобуття ступеня магістра  
за освітньо-професійною програмою  
«Міжнародна економіка і бізнес»  
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»**

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: кафедрою міжнародної економіки Державного вищого навчального закладу «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

**Іванцов С. В.**, к. т. н., проректор з науково-педагогічної, кадрової та виховної роботи;

**Орловська Ю.В.**, д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародної економіки;


**Чала В.С.** к.е.н, доцент кафедри міжнародної економіки;

**Мащенко С.О.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки;

**Гончарова К.В.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки

Протокол № 8 від «18» лютого 2020 р.

Зав. кафедри  Ю.В. Орловська

Затверджено навчально-методичною радою

економічного факультету

Протокол № 7 від «20» лютого 2020 р.

Голова  П.А. Фісуненко

## 1. МЕТА ТА ЗАДАЧІ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

1.1. *Метою фахового вступного випробування є з'ясування рівня знань та вмінь, необхідних абітурієнтам для опанування освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка і бізнес» для здобуття ступеня магістра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини».*

1.2. *Основними задачами фахового вступного випробування є оцінка теоретичної підготовки абітурієнта з професійно-орієнтованих дисциплін фундаментального циклу та фахової підготовки; виявлення рівня та глибини практичних вмінь та навичок.*

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми абітурієнти повинні:

### **знати:**

- сутність класичних шкіл з теорії міжнародних економічних відносинах ;
- основні суб'єкти та об'єкти міжнародних відносин ;
- міжнародні економічні та фінансові організації, їх роль у міжнародних відносинах ;
- сучасну типологію країн світу, структурні співвідношення між індустріальним, аграрним сектором та сферою послуг різних типів країн світу;
- регіональні інтеграційні економічні утворення країн світу;
- принципи і форми організації зовнішньої торгівлі;
- механізм формування валютного курсу ;
- форми та умови кредитування міжнародними та регіональними валютно– кредитними і фінансовими організаціями ;
- методи регулювання платіжного балансу держави;
- теорію та практику використання міжнародного маркетингу;
- сутність світових валютно-кредитних відносин;
- види зовнішньої торгівлі;
- методи економіко-математичного моделювання світогосподарських процесів (з використанням комп'ютерних технологій);

- актуальні проблеми світового господарства й міжнародних економічних відносин.

- структуру міжнародних економічних відносин;
- сучасні теорії міжнародних економічних відносин;

**ВМІТИ:**

- оцінювати геополітичне та геоекономічне положення України в сучасному світі, її місце за основними макроекономічними показниками, якістю життя, рейтингом конкурентоспроможності та індексом сталого розвитку;

- розумітися в інвестиційних процесах, які відбуваються на міжнародному ринку капіталів;

- аналізувати ринки цінних паперів;

- формувати портфель цінних паперів, переглядати та оцінювати його ефективність;

- складати обґрунтоване уявлення про потенціал учасників міжнародних відносин;

- аналізувати і оцінювати зовнішньоекономічний потенціал та експорт, інвестиційну привабливість окремих територій та держав;

- прогнозувати зміни валютних курсів;

- проводити валютні операції;

- за статистичними даними розраховувати зовнішньоекономічні показники;

- орієнтуватися у формах міжнародного кредиту та здійснювати оцінку його вартості;

- використовувати систему нормативно-правових актів, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність в Україні;

- визначати експортну орієнтацію галузей економіки країни;

- визначати динаміку та тенденції експорту-імпорту товарів та послуг і розраховувати їх прогноз;

- обирати торгових партнерів для збуту тієї чи іншої продукції з урахуванням спеціалізації господарства партнера, його потреб в певних видах товарів;

- аналізувати стан сучасних світових товарних ринків та ринків послуг;

- самостійно орієнтуватися та розбиратися в складних подіях міжнародного життя;

- розрізняти види зовнішньої торгівлі і правильно відбивати їх в обліку;

- використовувати отримані знання при аналізі міждержавних відносин;

- користуватись сучасними методами економіко-математичного моделювання світогосподарських процесів з використанням комп'ютерної техніки.

## **2. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

1. Сучасний світ і середовище міжнародних економічних відносин
2. Міжнародні економічні відносини: суть, суб'єкти, сучасні тенденції
3. Еволюція світового ринку та міжнародних економічних відносин.
4. Зміст та структура міжнародної економіки.
5. Систематизація країн світу за регіональною, організаційною ознаками та рівнем економічного розвитку.
6. Міжнародна економічна діяльність: сутність, суб'єкти та форми
7. Міжнародне виробництво і міжнародний бізнес
8. Передумови, фактори розвитку міжнародної регіональної інтеграції.
9. Рівні, форми і типи міжнародної регіональної інтеграції.
10. Ефекти регіональних торговельних угод
11. Процес європейської інтеграції та його витоки.
12. Етапи розширення ЄС. Європейська економічна політика.
13. Глобалізація міжнародної економіки.
14. Суперечливість процесу глобалізації: прогресивні і негативні наслідки
15. Ринкові трансформації в Україні у геостратегічному контексті.

16. Проблеми та перспективи участі України у регіональних інтеграційних угрупованнях
17. Концепції меркантилізму, протекціонізму і фритредерства.
18. Теорія абсолютних переваг А. Сміта.
19. Теорія порівняльних переваг Д. Рікардо.
20. Теорія порівняльної наділеності факторами виробництва Хекшера-Оліна.
21. Парадокс В. Леонтьєва.
22. Теорія конкурентних переваг М. Портера.
23. Нефакторні теорії міжнародної економіки.
24. Міжнародна торгова політика: сутність, напрямки, інструменти (мити, квота, ліценція, демпінг та інші)
25. Тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
26. Нетарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
27. Світовий ринок: сутність та структура.
28. Види і показники міжнародної торгівлі.
29. Міжнародний ринок прямих іноземних інвестицій.
30. Форми і методи прямого іноземного інвестування.
31. Структура та теорії портфельного інвестування.
32. Міжнародний кредит: суть, форми та причини.
33. Сутність міжнародного науково-технологічного обміну та його форми.
34. Сутність і види міжнародної трудової міграції.
35. Економічні та соціальні причини міжнародної трудової міграції.
36. Валютний курс. Валютний паритет. Конвертування валют та його види.
37. Сутність, структура та функції світового валютного ринку.
38. Валютні операції та їх основні види.
39. Поняття валютної системи та її структура.
40. Поняття, суб'єкти, форми та особливості міжнародних розрахунків.
41. Сутність та структура платіжного балансу. Фактори впливу на стан платіжного балансу.

42. Міжнародні фінанси: суть, суб'єкти, функції, чинники становлення та розвитку міжнародних фінансів
43. Світове фінансове середовище та його взаємозв'язок зі світовим економічним середовищем
44. Глобалізація міжнародного фінансового середовища. Фінансові кризи
45. Поняття зовнішнього боргу. Показники зовнішнього боргу.
46. Управління боргами для сталого економічного розвитку.
47. Функції міжнародної валютної системи та її структура
48. Валютна класифікація та конвертованість. Види валютної біржі. Паритет купівельної спроможності валют
49. Європейська монетарна система, її функції та історія розвитку
50. Структура міжнародного фінансового ринку та функції валютного ринку (FOREX)
51. Фактори, що впливають на валютний ринок
52. Основні учасники та інструменти міжнародного валютного ринку
53. Основні форми міжнародних розрахунків
54. Міжнародний ринок облігацій
55. Міжнародний ринок акцій
56. Ринок євровалюти
57. Сучасні форми міжнародного кредитування: лізинг, факторинг, форфейтинг.
58. Міжнародні валютні деривативи (форварди, ф'ючерси, опціони)
59. Система фінансування транснаціональних корпорацій (ТНК)
60. Міжнародна банківська система: суть, види, переваги та недоліки
61. Міжнародне оподаткування: суть та види
62. Міжнародне страхування: суть, еволюція та тенденції
63. Платіжний баланс: суть, концепції, принципи та структура. Регулювання платіжного балансу.
64. Поняття, основні елементи, принципи та функції міжнародного маркетингу, його роль в світовій економіці.

65. Товарна, виробнича, збутова концепція управління.
66. Задачі міжнародного маркетингу, відповідні різним станам попиту на ринку.
67. Основні етапи інтернаціоналізації фірми на зовнішньому ринку.
68. Основні способи виходу фірми на зовнішній ринок і стратегії міжнародного маркетингу.
69. Правове, політичне, економічне, соціокультурне та інформаційно-технологічне середовище міжнародного маркетингу
70. Сутність і основні поняття міжнародної конкуренції і конкурентоспроможності.
71. Система показників по визначенню конкурентоспроможності підприємств(фірм)
72. Основні системи маркетингової інформації.
73. Основні чинники макро- і мікросфери, в якій функціонує фірма (організація), що здійснює зовнішньоекономічну діяльність
74. Особливості проведення міжнародних маркетингових досліджень.
75. Сегментування цільових закордонних ринків і позиціонування товарів.
76. Розробка комплексу маркетингу та напрями маркетингової діяльності для компанії, що працює на міжнародному ринку
77. Складові товарної політики фірми на зарубіжних ринках. Товарний асортимент
78. Фази життєвого циклу товару і відповідні маркетингові стратегії
79. Міжнародна політика цін на товари та послуги.
80. Цінові стратегії, які застосовують фірми в маркетинговій практиці на товарних ринках
81. Розподіл товарів і послуг на закордонні цільові ринки.
82. Методи поширення товарів і послуг на зовнішньому ринку.
83. Основні способи розподілу товару на міжнародний ринок
84. Види каналів збуту, якими може користуватися фірма
85. Суть соціально-етичного маркетингу в міжнародному маркетингу



### **3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ**

Фахове вступне випробування проводиться у письмовій тестовій формі. Кожного року перелік тестових питань оновлюється на 30%. Абітурієнт на початку випробування отримує пакет документів, до складу якого входять: екзаменаційний білет, аркуш відповідей та вкладка. Екзаменаційний білет містить 15-ть питань та по 5-ть фіксованих відповідей до кожного питання (тільки одна відповідь є правильною).

Протягом фіксованого часу вступнику належить виконати запропоновані тестові завдання. На виконання завдань надається 60 хвилин.

Усі відповіді повинні бути занесені до основного поля аркуша відповідей у вигляді будь-якої позначки в області чотирикутника, що відповідає номеру правильної, на вашу думку, відповіді.

Якщо вступник зробив помилку на основному полі аркуша відповідей, необхідно виправити їх, скориставшись полем для виправлення помилок, яке розташовано в правій частині аркуша відповідей. Для виправлення відповідей, які вступник вважає за неправильні, необхідно поставити будь-яку позначку у чотирикутник поля для виправлення помилок відповідно до питання з неправильною, на думку абітурієнта, відповіддю в основному полі. Надані відповіді в межах поля для виправлення помилок будуть зараховані замість відповідних, поданих на основному полі для відповідей.

Оцінювання знань вступників за результатами тестування здійснюється за шкалою від 100 до 200 балів (100 + сума отриманих балів з тестування). В залежності від складності питань кожне з них оцінюється наступним чином: питання з 1-го по 7-ме включно оцінюється в 4-ри бали; з 8-го по 13-те включно – у 8-м балів; 14 те та 15-те питання оцінюються в 12 балів кожне.

#### 4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Бугас В. В. Міжнародна економіка : навч. посіб. / В. В. Бугас, В. С. Кудлай, В. В. Бугас. – К. : КНУТД, 2014. – 96 с.
2. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навчальний посібник / Л. І. Григорова-Беренда, М. В. Шуба. – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. – 136 с. Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/handle/123456789/12492>
3. Д'якова І. І. Міжнародні фінанси / І. І. Д'якова, Ф. О. Журава, М. І. Макаренко. К. : КНЕУ, 2013. – 548 с.
4. Егорова А. Ю. Комплексный анализ в системе маркетинговой деятельности. –Международный маркетинг рабочей силы.– [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.bibliotekar.ru/marketing-3/75.htm](http://www.bibliotekar.ru/marketing-3/75.htm)
5. Канищенко О.Л. Міжнародний: маркетинг. Навч.посібник – К.,ІВЦ — Видавництво Політехника, 2003. – 152с.
6. Козак Ю.Г., Заєць М.А. Міжнародні економічні відносини. Навч. посібник. – Одеса- «ТОВ.ПЛУТОН» , 2016. – 352 с.
7. Козак Ю. Г. Міжнародні фінанси / Ю. Г. Козак. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 388 с.
8. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях: підручник / Ю.Г. Козак. – Київ: Центр учбової літератури, 2017. – 228 с.
9. Князь С. В. Міжнародні фінанси / С. В. Князь. – Львів : Вид. Львівської політехніки, 2013. – 364 с.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net/books\\_others/kotler.htm](http://tourlib.net/books_others/kotler.htm)
11. Матвейчук Л.И. Международный маркетинг: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd\\_ma/page0002.asp](http://abc.vvsu.ru/Books/Meshd_ma/page0002.asp)

12. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: навчальний посібник / А.О. Босак, О.Ю. Григор'єв, Ю.В. Малиновський, В.П. Далик. – Львів: Міські інформаційні системи, 2017. – 365 с.

13. Міжнародна економіка [текст] : навч. посіб. / За ред. Г. Е. Гронтовської / Г. Е. Гронтовська, О. І. Ряба, А. М. Венцурик, О. І. Красновська. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 384 с.

14. Міжнародні економічні відносини : підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 464 с.

15. Міжнародна економіка : підручник для ВНЗ / за ред. Ю.Г. Козака, Д.Г. Лук'яненка, Ю.В. Макогона ; Міністерство освіти і науки України. – Київ: Центр учбової літератури, 2016. – 559 с.

16. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: Практикум: навч. посіб. / В.В.Козик, Л.А.Панкова, Ю.В. Огерчук, О.Ю. Григор'єв, А.О. Босак – 3-тє вид., переробл. і доповн. – К.: Знання, 2016. – 583 с.

17. Міжнародний маркетинг. Навчальний посібник з грифом МОНМС. [Бабічева О.І., Буряк Р.І., Боняр С.М. та інші] - Суми: ТД «Папірус», 2015. – 368 с.

18. Маркетинг. Навчальний посібник [Ларіна Я.С., Чеботар С.І., Арестенко Т.В., Арестенко В.В.]. - Суми: ТД «Папірус», 2014. – 263 с.

19. Міжнародний маркетинг як основа розвитку міжнародного бізнесу / М. В. Корж, І. В. Чуб // Стратегія розвитку України. - 2017. - № 1. - С. 21-24. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sru\\_2017\\_1\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sru_2017_1_7)

20. Світова економіка : підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. – Харків, 2015. – 268 с.

21. Стратегії економічного розвитку: національні та глобальні аспекти: Навчальний посібник / За ред. Орловської Ю.В. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005.

22. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч. –метод. посіб. для самоствивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2005. – 236 с.

23.Шевчук В. Міжнародна економіка: Теорія і практика: – Навч. посібник. – Львів: Каменяр. 2003. - 663 с.

24.A New Role of Marketing and Communication Technologies in Business and Society: local and global aspects Edited by Y.S. Larina and O.O. Romanenko / Printed by: Publishing House Science and Innovation Center, Ltd. St. Louis, Missouri, USA. – 2015. – 553 p.

25.The Global Competetiveness Report // World Economic Forum – Доступно з: <http://www.weforum.org>.