

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«Харківський політехнічний інститут»

І. М. Посохов, В. Г. Дюжев, Т. О. Погорєлова

ЕКОНОМІКА І МАРКЕТИНГ: ПРАКТИКУМ

Навчальний посібник

Харків

НТУ «ХПІ»

2015

УДК 339.138
ББК 65.05. л 73
П74

Рецензенти:

В. П. Бабич, д-р екон. наук, проф.,
завідувач кафедри економіки та менеджменту
(ХНУ ім. В. Н. Каразіна)

В. М. Тимофєєв, д-р екон. наук, проф.
кафедри обліку та аудиту (НТУ «ХПІ»)

Рекомендовано до друку Вченою Радою Національного технічного
університету «Харківський політехнічний інститут»
Протокол № 12 від 24.12.2013 р.

П74 Посохов І. М.

Економіка і маркетинг: практикум / Навчальний посібник :
практикум / І. М. Посохов, В. Г. Дюжев, Т. О. Погорелова ; за ред.
проф. Посохова І. М. – 2-ге вид., доповн. і переробл. – Харків: НТУ
«ХПІ», 2015. – 132 с.

Містить теоретичний матеріал із основних тем дисципліни
«Економіка і маркетинг» та наведені тести для опанування
практикою специфічних розрахунків із застосуванням маркетинго-
вої інформації та прийняття відповідних рішень у сфері формування
комплексу економіко-маркетингових заходів впливу на ринок.

Призначений для викладачів, студентів, аспірантів вищих
навчальних закладів та спеціалістів у сфері економіки і маркетингу
підприємства.

ISBN 978-966-8669-76-7

УДК 339.138
ББК 65.05. л 73

© І. М. Посохов, 2015
© НТУ «ХПІ» 2015

ВСТУП

Дисципліна «Економіка і маркетинг» є теоретичним та методичним підґрунтям для вивчення прикладних дисциплін, пов'язаних з плануванням, аналізом виробничо-господарської діяльності організацій, управлінням виробництвом.

Економіка і маркетинг дає інструментарій для техніко-економічного обґрунтування функціонування організації, оцінки господарських результатів її діяльності, виявлення недоліків у господарській політиці підприємства та розробки організаційно-технічних заходів щодо її вдосконалення.

Розв'язання цих тестових завдань безпосередньо залежить від того, наскільки ефективно на підприємстві чи установі буде застосовуватись інструментарій економіки та маркетингу. Сучасні методи управління вимагають новий набір якісних характеристик як від рядових працівників, так і від керівників підприємств.

Адаптація персоналу до нових ринкових відносин у господарюванні в умовах сучасних інформаційних технологій потребує активного вивчення економіки і маркетингу. Реалізація даного підходу можлива лише на базі активних методів навчання у формі тестів [29].

Практикум підготовлено згідно з навчальною програмою дисципліни і призначено для студентів економічних та технічних

спеціальностей. До навчального посібника входять завдання за всіма основними темами, такими як «Підприємство як господарюючий суб'єкт», «Основні виробничі фонди», «Оборотні фонди», «Виробнича потужність», «Заробітна плата і персонал», «Витрати і доходи підприємств, рентабельність», «Собівартість готової продукції і ціноутворення», «Фінансові показники діяльності підприємства», «Інвестиційна діяльність підприємства», «Маркетинг і історія виникнення маркетингу», «Маркетингові дослідження», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова цінова політика», «Маркетингова політика комунікацій», «Маркетингова політика розподілу» [30, 31].

Завдання, які містить навчальний посібник, рекомендується використовувати в навчальному процесі, самостійній роботі студентів усіх форм навчання.

ТЕМА 1

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ГОСПОДАРЮЮЧИЙ СУБ'ЄКТ

ТЕСТ 1. Які організації визнаються комерційними?

1. Будь-які організації, що мають самостійний баланс або кошторис.
2. Будь-які організації, що одержують прибуток, незалежно від цілей своєї діяльності.
3. Організації, що переслідують в якості основної мети своєї діяльності здобування прибутку.

ТЕСТ 2. Основний недолік малого бізнесу:

1. Високі витрати виробництва.
2. Невисока оперативність прийняття управлінських рішень.
3. Відсутність зацікавленості працівників у результатах кінцевої діяльності.

ТЕСТ 3. До некомерційних організацій належать:

1. Споживчі кооперативи.
2. Товариства на вірі.
3. Товариства з додатковою відповідальністю.

ТЕСТ 4. Учасники повного товариства по його зобов'язаннях несуть відповідальність:

1. Усім приналежним їм майном.
2. У межах вартості внесених ними внесків.
3. У межах вартості приналежних їм акцій (паїв).

ТЕСТ 5. Учасники акціонерного товариства щодо його зобов'язань несуть відповідальність:

1. Усім належним їм майном.
2. У межах вартості внесених ними внесків.
3. У межах вартості приналежних їм акцій.

ТЕСТ 6. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю щодо його зобов'язань несуть відповідальність:

1. Усім належним їм майном.
2. У межах вартості внесених ними внесків.
3. У межах вартості приналежних їм акцій (паїв).

ТЕСТ 7. На частки (внески) не поділяється майно:

1. Унітарного підприємства.
2. Товариства з додатковою відповідальністю.
3. Виробничого кооперативу.

ТЕСТ 8. Акціонерне товариство утворено трьома засновниками, один з яких вніс вклад у статутний капітал у доларах США. При цьому він зажадав, щоб установчі документи містили запис про те, що зростання курсу долара стосовно курсу рубля має слугувати підставою для перегляду часток засновників у статутному капіталі. Оцініть законність його вимог:

1. Законні.
2. Незаконні.
3. Законні, якщо із цим згодні всі інші засновники.

ТЕСТ 9. Які існують назви статутного капіталу залежно від організаційно-правової форми власності організації?

1. Статутний і складовий капітал, пайовий фонд.
2. Складовий капітал, статутний фонд.
3. Пайовий фонд, статутний капітал.
4. Складовий і статутний капітал, статутний і пайовий фонд.
5. Немає правильної відповіді.

ТЕСТ 10. Розмір статутного капіталу акціонерного товариства:

1. Має мінімальну й максимальну величину.
2. Не має мінімальної й максимальної границь.
3. Має мінімальну границю.
4. Має максимальну границю.

ТЕСТ 11. Величина статутного капіталу повинна бути зазначена:

1. У наказі про облікову політику організації.
2. В установчих документах.
3. Немає правильної відповіді.

ТЕСТ 12. Вибрати невірну відповідь. Існують наступні види ринкової економіки:

1. Класична ринкова економіка.
2. Жорстка ринкова економіка.
3. Регульована ринкова економіка.
4. Соціально орієнтована економіка.

ТЕСТ 13. Вибрати невірну відповідь. По організаційно-правовій формі юридичні особи, що є комерційними організаціями, класифіковані таким чином:

1. Господарські товариства.
2. Господарські суспільства.
3. Виробничі кооперативи.
4. Споживчі кооперативи. Унітарні підприємства.

ТЕСТ 14. Вибрати невірну відповідь. До некомерційних організацій відносяться:

1. Фонди. Установи.
2. Споживчі кооперативи.
3. Виробничі кооперативи.
4. Об'єднання юридичних осіб (асоціації і союзи).
5. Некомерційне партнерство.
6. Громадські і релігійні організації.

ТЕСТ 15. Вибрати невірну відповідь. Основними видами господарських підприємств є:

1. Господарські товариства з обмеженою відповідальністю.
2. Господарські товариства з необмеженою відповідальністю.
3. Господарські товариства з додатковою відповідальністю.
4. Відкриті акціонерні підприємства.
5. Закриті акціонерні підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Алексунин В. А. Маркетинг / В. А. Алексунин. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 216 с.
2. Армстронг Г. Маркетинг Загальний курс : пер. з англ. : навчальн. посібн. / Армстронг Г., Котлер Ф. – М.:Видавничий дім «Вільямс», 2007. – 608 с.
3. Багиев Г. Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – СПб. : Питер, 2012. – 560 с.
4. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 612 с.
5. Барышев А. Ф. Маркетинг / А. Ф. Барышев. – М. : Академия, 2012. – 224 с.
6. Беквит Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг / Гарри Беквит ; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 220 с.
7. Белоусова С. Н. Маркетинг / С. Н. Белоусова, А. Г. Белоусов. – М. : Феникс, 2012. – 400 с.
8. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест ; Пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 760 с.
9. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. для вузів / Гаркавенко С.С. – К.: Лібра, 2011. – 384 с.
10. Герасимов Б. И. Маркетинг: учебное пособие / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, М. В. Жарикова. – М. : Форум, 2012. – 320 с.
11. Годин С. Разрешительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / Сет Годин. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 236 с.

12. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навчальний посібник / За ред. проф. Перерви П.Г., проф. Гаврись О.М., проф. Погорелова М.І. – Харків: НТУ «ХП», 2003. – 632 с.
13. Забарна Є.М., Окландер Т.О. Маркетинг: підручник. / Є.М. Забарна, Т.О. Окландер – Одеса: ОНПУ, 2012. – 149с.
14. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. / Зайцев Н.Л. 2-е изд., доп. – М.: Инфра-М, 2008. – 455 с.
15. Калька Р. Маркетинг: учебное пособие / Р. Калька, А. Мэссен. – М. : SmartBook, 2013. – 128 с.
16. Ким С. А. Маркетинг: учебник для вузов / С. А. Ким. – М. : Дашков и Ко, 2013. – 260 с.
17. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. – М. : Альпина Паблишер, 2012. –216 с.
18. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – М. : Вильямс, 2012. – 752 с.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Котлер Ф. – К.,М.,СПб.: Вильямс, 2012. – 1055 с.
20. Мазилкина Е. И. Маркетинг / Е. И. Мазилкина. – М. : Дашков и Ко, 2013. – 368 с.
21. Манн И. Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 296 с.
22. Маркетинг : бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2009. – 1134 с.
23. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник / Под ред. проф. В.А. Алексунина. – 3-е изд., – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 716 с.
24. Маркетинг для магістрів : навч. посіб. / за заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2008. – 928 с.
25. Мурахтанова Н. М. Маркетинг / Н. М. Мурахтанова, Е. И. Еремина. – М. : Академия, 2012. – 304 с.

26. Панкрухин А. П. Маркетинг / А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2011. – 656 с.

27. Пичурин И. Основы маркетинга. Теория и практика. / И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. – М.: Юнити-Дана, 2011. – 384 с.

28. Попова Г. В. Маркетинг: учебное пособие / Г. В. Попова. – СПб. : Питер, 2011. – 192 с.

29. Посохов І. М. Економіка та управління інноваційною діяльністю : навчальний посібник // Перерва П.Г., Погорелов М.І., Мехович С.А., Посохов І.М. – Харків : НТУ «ХП», 2011. – 628 с.

30. Посохов І. М. Маркетинг: теорія та ситуаційні вправи: навчальний посібник / І. М. Посохов. – Харків: НТУ «ХП», 2011. – 112 с.

31. Посохов І. М. Державне регулювання цін на продукцію соціального значення : автореф. дис. ...канд. екон. наук: 08.00.03 / І. М. Посохов; Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна. – 2009. – 19 с.

32. Чалдаева Л. А. Экономика предприятия / Чалдаева Л. А. – М.: Юрайт, 2011. – 352 с.

33. Экономика предприятия (фирмы). / Под редакцией В. Я. Горфинкеля. – М.: Проспект, 2011. – 640 с.

ДОДАТКОВА

1. Акулич И. Л. Маркетинг./ Акулич И. Л. Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 528 с.

2. Багиев Г. Л., Тарасевич В. М.. Маркетинг. Учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. СПб.: Питер, 2010. – 576 с.

3. Маркетинг. / Под редакцией Н. М. Кондратенко. – М.: Юрайт, 2011. – 544 с.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
1. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ГОСПОДАРЮЮЧИЙ СУБ'ЄКТ	5
2. ОСНОВНІ ВИРОБНИЧІ ФОНДИ	26
3. ОБОРОТНІ ФОНДИ	55
4. ВИРОБНИЧА ПОТУЖНІСТЬ.....	60
5. ЗАРОБІТНА ПЛАТА І ПЕРСОНАЛ.....	65
6. ВИТРАТИ І ДОХОДИ ПІДПРИЄМСТВ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ.....	69
7. СОБІВАРТІСТЬ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ І ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	81
8. ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	86
9. ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА	89
10. МАРКЕТИНГ І ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ МАРКЕТИНГУ	92
11. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	101
12. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА	106
13. МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА.....	112
14. МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ.....	117
15. МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ	121

ДЛЯ НОТАТОК

Навчальне видання

Посохов Ігор Михайлович
Дюжев Віктор Геннадійович
Погорелова Тетяна Олексіївна

ЕКОНОМІКА І МАРКЕТИНГ: ПРАКТИКУМ

Відповідальний за випуск О. Д. Матросов

Редактор М. І. Погорелов

Комп'ютерна верстка І. М. Погорелов

План 2015 р.

Підп. до друку 15.03.15 р. Формат 60×84 1/16. Папір офсет. RISO – друк.

Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 6,8. Обл. вид. арк. 7.

Тираж 300 прим. Зак. № 236. Ціна договірна

Видавничий центр НТУ «ХПІ»

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 від 10.07.2000 р.

61002, м. Харків, вул. Фрунзе, 21
