

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



Затверджую:
Ректор ЦНТУ

Володимир КРОПІВНИЙ

від «26» 03 2025 року

ПРОГРАМА

Предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового
вступного випробування

для вступу на навчання

для здобуття освітнього ступеня «**Магістр**»

за освітньо-професійною програмою «**Маркетинг**»

спеціальності **D5 «Маркетинг»**

галузі знань **D «Бізнес, адміністрування та право»**

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітній ступень
Спеціальність
Галузь знань

«Магістр»
D5 «Маркетинг»
D«Бізнес, адміністрування та право»

Гарант освітньої програми, на
яку здійснюється вступ



д.е.н.,проф Р.І. Жовновач

Завідувач кафедри
маркетингу та економічної теорії



д.е.н.,проф Р.І. Жовновач

АНОТАЦІЯ

Фахове вступне випробування для вступу на навчання передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі набутих компетентностей та програмних результатів навчання, що визначені стандартом спеціальності D5 «Маркетинг», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Програма фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня магістр за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг» розроблена фаховою атестаційною комісією на основі стандарту вищої освіти за спеціальністю D5 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня.

Організація вступного випробування здійснюється згідно з Правилами прийому до Центральноукраїнського національного технічного університету в 2025 році.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Вступний іспит складається з 140 тестових завдань однакової складності. Вірна відповідь оцінюється в 1 бал з подальшим переведенням в шкалу 100-200 балів відповідно до таблиці.

Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка
1	не склав	36	не склав	71	131	106	166
2	не склав	37	не склав	72	132	107	167
3	не склав	38	не склав	73	133	108	168
4	не склав	39	не склав	74	134	109	169
5	не склав	40	100	75	135	110	170
6	не склав	41	101	76	136	111	171
7	не склав	42	102	77	137	112	172
8	не склав	43	103	78	138	113	173
9	не склав	44	104	79	139	114	174
10	не склав	45	105	80	140	115	175
11	не склав	46	106	81	141	116	176
12	не склав	47	107	82	142	117	177
13	не склав	48	108	83	143	118	178
14	не склав	49	109	84	144	119	179
15	не склав	50	110	85	145	120	180
16	не склав	51	111	86	146	121	181

Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка	Тестовий бал	Рейтинг оцінка
17	не склав	52	112	87	147	122	182
18	не склав	53	113	88	148	123	183
19	не склав	54	114	89	149	124	184
20	не склав	55	115	90	150	125	185
21	не склав	56	116	91	151	126	186
22	не склав	57	117	92	152	127	187
23	не склав	58	118	93	153	128	188
24	не склав	59	119	94	154	129	189
25	не склав	60	120	95	155	130	190
26	не склав	61	121	96	156	131	191
27	не склав	62	122	97	157	132	192
28	не склав	63	123	98	158	133	193
29	не склав	64	124	99	159	134	194
30	не склав	65	125	100	160	135	195
31	не склав	66	126	101	161	136	196
32	не склав	67	127	102	162	137	197
33	не склав	68	128	103	163	138	198
34	не склав	69	129	104	164	139	199
35	не склав	70	130	105	165	140	200

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Перелік тем для фахового вступного випробування з бізнес, адміністрування та право для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг» спеціальності D5 «Маркетинг»

Програма тесту з бізнес, адміністрування та право передбачає 3 тематичні розділи: Менеджмент. Маркетинг. Підприємництво.

Тема 1. Теоретичні засади підприємництва

Основні функції та принципи підприємницької діяльності; види підприємництва; організація підприємницької діяльності; планування підприємницької діяльності; ефективність підприємницької діяльності.

Тема 2. Теоретичні основи менеджменту.

Сутність та функціональні сфери менеджменту; організація та її середовище в менеджменті; рівні менеджменту в організації; функції планування в менеджменті; стратегічне планування в менеджменті.

Тема 3. Інформація і комунікації в менеджменті.

Інформація і її види; вимоги до управлінської інформації; управлінські рішення в менеджменті; характеристика управлінських рішень; вплив, влада, лідерство в менеджменті.

Тема 4. Сутність маркетингу та його сучасна концепція

Сутність маркетингу; еволюція концепції маркетингу; принципи та функції маркетингу; основні види маркетингу.

Тема 5. Маркетингові дослідження

Система маркетингових досліджень; маркетингова інформація; маркетингові дослідження ринку; маркетингові дослідження конкуренції та конкурентів; дослідження поведінки споживачів; дослідження конкурентоспроможності підприємства.

Тема 6. Маркетингова товарна політика

Класифікація товарів; марки товарів; упаковка, маркування товару і сервісні послуги для покупців; повний асортимент і товарна номенклатура; конкурентноздатність товарів; життєвий цикл товару; інноваційна політика; позиціонування товару та асортиментна політика; штрихове кодування товарів.

Тема 7. Маркетингова цінова політика

Цілі ціноутворення; фактори що впливають на ціноутворення; методика розрахунку оптимального рівня цін; види цінових стратегій.

Тема 8. Маркетингова політика комунікацій

Комплекс маркетингових комунікацій; реклама; персональний продаж.

Тема 9. Маркетингова політика просування

Необхідність, сутність, функції і типи каналів розподілу товарів; динаміка розвитку каналів розподілу товарів; прийняття управлінських рішень щодо формування каналів розподілу товарів; прийняття рішень щодо управління каналом розподілу товарів.

Тема 10. Поведінка споживача

Фактори внутрішнього і зовнішнього впливу на поведінку споживачів; споживчі та промислові ринки та купівельне поводження; процес прийняття рішень індивідуальним і та індустріальним споживачем; мотивація і модель поведінки споживачів; поведінкова реакція покупців.

Тема 11. Маркетинг послуг

Сутність послуг; класифікація послуг; специфіка маркетингу послуг; маркетингова орієнтація підприємства що надає послугу; маркетинговий інструментарій у сфері послуг; принципи, функції та концепції маркетингу послуг; позиціонування послуг на ринку.

Тема 12. Логістика

Характеристика основних елементів логістики; фактори формування логістичних систем; управління матеріальними потоками в логістичних системах; заготівельна логістика; сутність розподільчої логістики; внутрішньовиробнича логістика; транспортно-експедиційні логістичні послуги.

Рекомендована література

1. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова.— . Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
2. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Менеджмент. Практикум: навч. посібник. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2019. 104 с.
3. Страпчук С.І., Миколенко О.П., Попова І.А., Пустова В.В. Менеджмент: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти. Львів: Видавництво «Новий Світ – 2000», 2020. 356 с.
4. Основи підприємництва: підручник. За заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 492 с.
5. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник. За заг. ред. І.М. Сотник, Л.М. Таранюка. Суми: Університетська книга, 2018. 572 с.
6. Розвиток сучасного підприємництва в умовах становлення цифрової економіки / Ступнікер Г.Л., Каширнікова І. О., Левчинський Д. Л. // Економічний простір. – 2021. – №175. – С. 83-86.
7. Менеджмент : навч.посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
8. Рульєв В. А., Гуткевич С.О. Менеджмент : навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.
9. Маркетинг: підручник / [В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.]. ред. – упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Макарова. – [4-те вид.]. – К.: навч.- метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2019. – 648с.
10. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підруч. / С.С. Гаркавенко. – [5-те вид., допов.]. - К. : Лібра, 2017. - 720 с.
11. Балабанова Л.В. Маркетинг : підруч. / Л.В. Балабанова. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. -К.: Знання-Прес, 2016. - 645 с.
12. Маркетинг: ситуаційні вправи: [навч. посіб.] / Упоряд.: О.І.Сидоренко, П.С Редько. – [2-ге вид.]. – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2016. – 430с.
13. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: підруч. / Войчак А.В. - К.:КНЕУ,1998.-268 с.
14. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Котлер Ф.: пер. с англ. под ред. Л.А.Волковой, Ю.Н. Каптуревського. - СПб: Питер, 2010.-752с.

15. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ламбен Ж.Ж.: пер. с франц. - СПб.: Наука, - 2017. – 426с.
16. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Мельник Л.Г., Старченко Л.В., Карінцева О.І. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», – 2017. – 240с.
17. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. — К.; 2018.
18. Крикавський Є. В. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б.Мних, О.А. Сорока – Львів: Нац.ун-т «лвівська політехніка» 2019
19. Мороз Л. А. Маркетинг: Підручник / А. А. Мороз, Н. І. Чухрай – за редакцією Л. А. Мороз. – 3-є вид.без змін – Львів : Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти)2021
20. Giles G.B. Marketing: 5-ed. / Giles G.B. – London: M and E Handbook, 2020. – 294с.
21. Астахова / Маркетинг: Навч. посіб./Харківський національний економічний ун-т. - Х.: Вид. ХНЕУ, 2016. - 208 с.
22. Нянько В.М. Необхідність та роль маркетингових досліджень в сучасних умовах управління – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre-/2017_1/284.pdf .

Голова фахової атестаційної комісії



Сергій Романчук