

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



Затверджую:
Ректор ЦНТУ
Володимир КРОПІВНИЙ
від 19.02.2024 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 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

Освітній ступень
Спеціальність
Галузь знань

«Магістр»
075 «Маркетинг»
07«Управління та адміністрування»

Гарант освітньої програми, на яку
здійснюється вступ



д.е.н., проф Р.І. Жовновач

Завідувач кафедри
економічної теорії, маркетингу та
економічної кібернетики



д.е.н., проф Р.І. Жовновач

АНОТАЦІЯ

Фахове вступне випробування для вступу на навчання передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти на основі набутих компетентностей та програмних результатів навчання, що визначені стандартом спеціальності 075 «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 075 «Маркетинг» розроблена фаховою атестаційною комісією на основі стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» другого (магістерського) рівня.

Організація вступного випробування здійснюється згідно з Правилами прийому до Центральноукраїнського національного технічного університету в 2024 році.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Вступний іспит складається з 50 тестових завдань однакової складності. Вірна відповідь оцінюється в 1 бал з подальшим переведенням в шкалу 100-200 балів відповідно до таблиці.

Тестовий бал	Рейтингова оцінка	Тестовий бал	Рейтингова оцінка	Тестовий бал	Рейтингова оцінка
0	не склав	17	114	34	154
1	не склав	18	116	35	157
2	не склав	19	118	36	160
3	не склав	20	120	37	163
4	не склав	21	122	38	166
5	не склав	22	124	39	169
6	не склав	23	126	40	172
7	не склав	24	128	41	175
8	не склав	25	130	42	178
9	не склав	26	132	43	181
10	100	27	134	44	184
11	102	28	138	45	187
12	104	29	140	46	190
13	106	30	142	47	193
14	108	31	145	48	196
15	110	32	148	49	199
16	112	33	151	50	200

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Перелік тем для фахового вступного випробування з управління та адміністрування, для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ОПП «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»

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: ЖДГУ, 2019. 492 с.
5. Підприємство, 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. / П.С. Краснокутська, О.М. Напцкіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
8. Рудько 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-ге 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. Каптуревского. - 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 «львівська політехніка» 2019
19. Мороз Л. А. Маркетинг: Підручник / А. А. Мороз, Н. І. Чухрай – за редакцією Л. А. Мороз. – 3-с 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.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre-/2017_1/284.pdf.

Голова фахової атестаційної комісії



Лілія Коваль