

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«Приазовський державний технічний університет»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії ДВНЗ «ПДТУ»
д.т.н., проф. В. С. Волошин
_____ 2018р.

ПРОГРАМА ФАХОВОЇ СПІВБЕСЕДИ

щодо вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня «Магістр»
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
на основі здобуття за неспорідненою спеціальністю
освітнього ступеня «Бакалавр»
або вищого за нього ступеня вищої освіти

м. Маріуполь, 2018

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма фахового випробування для конкурсного відбору вступників на основі здобутого другого магістерського рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» складена з урахуванням вимог та у відповідності з навчальним планом спеціальності.

Пропонована програма має забезпечити єдність вимог і необхідний рівень проведення фахового вступного випробування з маркетингових дисциплін, а також допомогти вступникам зосередити увагу на повторенні та систематизації раніше вивченого матеріалу з найважливіших питань, винесених на іспит.

Програма фахового вступного випробування має комплексний характер, створена у відповідності зі змістом основних профільних дисциплін навчального плану підготовки за першим рівнем у частині фундаментальної та професійно-практичної підготовки.

У процесі підготовки до фахового вступного випробування рекомендується користуватися основною літературою, яку подано до кожної навчальної дисципліни.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНІ ПИТАННЯ

МАРКЕТИНГ

1. Поняття маркетингу та його цілей.
2. Сутність та функції маркетингу.
3. Концепція маркетингу.
4. Маркетингове середовище підприємства.
5. Конкурентоспроможність товару: її сутність, загальна концепція та методи визначення.
6. Маркетингова цінова політика.
7. Маркетингова товарна політика.
8. Маркетингова комунікаційна політика.
9. Маркетингова політика розподілу.
10. Принципи організації маркетингової діяльності.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Система маркетингових досліджень.
2. Маркетингова інформація.
3. Організація роботи із постачальниками маркетингової інформації.
4. Структура і процес маркетингових досліджень.
5. Методи збирання первинної інформації.
6. Визначення місткості ринку та його сегментів.
7. Дослідження кон'юнктури ринку.
8. Прогнозні дослідження збуту.
9. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів.
10. Дослідження поведінки споживачів.

МАРКЕТИНГ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

1. Вплив етапів життєвого циклу товару на політику ціноутворення підприємства.
2. Місткість товарного ринку і її визначення.
3. Стимулювання збуту промислових товарів на промисловому ринку.
4. Класифікація промислових товарів і послуг.
5. Моделі вивчення поведінки споживачів на промисловому ринку.
6. Мотивація і поведінка покупця на промисловому ринку.
7. Особливості формування попиту на промислові товари.
8. Організація постачання на промисловому підприємстві.
9. Організація управління продуктом на промислових підприємствах.

10. Основні відмінності маркетингових досліджень на промисловому і споживчому ринках.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

1. Маркетингове поняття товару. Товарна марка і упаковка.
2. Ринкові характеристики товару. Впровадження продукції на ринок.
3. Розробка нового продукту.
4. Визначення життєвого циклу товару та його види.
5. Маркетингове поняття конкурентоспроможності товару.
6. Мікроекономічні теорії поведінки споживача.
7. Комунікативна політика.
8. Рейтинг товару і порядок його визначення.
9. Політика і методи ціноутворення.
10. Визначення і класифікаційні прикмети товарів та послуг.

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підручник / Л.В. Балабанова. - 2-ге. вид., перероб. і допов. - К. : Знанн-Прес, 2011. - 645 с.
2. Бондаренко А.Ф. Маркетинг [Текст]: навчально-методичний посібник/ А.Ф. Бондаренко/ ДВНЗ «УАБС НБУ». - Суми, 2008. - 98 с.
3. Войчак А. В., Федорченко А. В. Маркетингові дослідження: Підручник/А.В.Войчак, А.В.Федорченко/ КНЕУ. - К., 2007. - 408 с.
4. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент: Підручник/А.В.Войчак/ - КНЕУ.-К., 1998.-268с.
5. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Практикум з маркетингу. Навч. посіб. - , К.: Центр учбової літератури, 2012. - 208 с.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник / С.С. Гаркавенко. - 5-те. вид., допов. - К. : Лібра, 2007. - 720 с.
7. Дугіна СІ. Маркетингова цінова політика : Навч. посібник. - К. : КНЕУ, 2005.-393 с.
8. Земляков І.С. Основи маркетингу : Навч. посіб. / І.С. Земляков, І.Б. Рижий, В.І. Савич. - К. : ЦНЛ, 2004. - 352 с.
9. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. - К. : КНЕУ, 2001.-239 с.
- Ю.Корінев В.Л. Цінова політика підприємства: Монографія. - К. : КНЕУ, 2001.-257 с.
- 11.Корольчук О.П. Маркетинг. Ситуативні, творчі та контрольні завдання: практикум / О.П. Корольчук, Л.М. Шульгіна. - К.: КНТЕУ, 2003. - 259 с.
- 12.Котлер Ф. Основи маркетинга. Краткий курс (Магкеїп^ Еззепгіаіз). Пер. с англ. -М.: Прогресе, 1991.-671 с.

13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : 11-е изд. / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
14. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. – 3-тє вид., допов. і переробл. – К. : Знання, 2011. – 354 с.
15. Маркетинг: ситуаційні вправи : навч. посіб. [для студ. ВНЗ] / О.А. Виноградов, О.П. Вихопень, Л.М. Шульгіна та ін. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні : Центр інновацій та розв., 2004. – 504 с.
16. Маркетинг: Методичні вказівки до ситуаційних вправ : навч. посіб. [для студ. ВНЗ] / О.А. Виноградов, О.П. Вихопень, Л.М. Шульгіна та ін. – К. : Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні : Центр інновацій та розв., 2011. – 205 с.
17. Маркетинг : підруч. [для студ. ВНЗ] / В. Руделіус та ін. : ред.-упоряд. О.І. Сидоринко, Л.С. Макарова. – 3-тє вид. – К. : навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент освіти в Україні», 2009. – 648 с.
18. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц./А. Ф. Павленко, А.В. Войчак// 2-е, доп. і випр. вид. — К. : КНЕУ, 2001. — 106 с.
19. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник/ А. Ф. Павленко, А.В. Войчак // КНЕУ. – К. : 2003. — 246 с.
20. Чухрай Н., Патора Р. Інновації та логістика товарів : Навч. Посібник/ : Видавництво Національного ун-ту "Львівська політехніка". – Л. : 2001. – 262 с.

Завідувач кафедру
«Маркетинг та бізнес-адміністрування»
д.е.н., проф.



В.В.Гончар

Декан економічного факультету
д.е.н., проф.



О.В.Хаджинова