

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова приймальної комісії

Олег ГРИГОР

« 13 » 05 2022 р.



**ПРОГРАМА**

**фахового іспиту**

при вступі на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 075 – Маркетинг

(освітня програма – Маркетинг)

Черкаси 2022

## **1 ПРОГРАМА ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ**

Програма фахового іспиту складена на підставі Порядку прийому на навчання для здобуття вищої освіти в 2022 році, затверджених Наказом Міністерства освіти і науки України 27 квітня 2022 року № 392, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 03 травня 2022 р. за №487/37823.

### **1.1 ВИМОГИ ДО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ**

До участі у конкурсі щодо зарахування на навчання для здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності **075 – Маркетинг (освітня програма – Маркетинг)** згідно переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 року № 266, допускаються особи, які здобули освітній ступінь бакалавра чи магістра або освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста за спеціальностями згідно Додатку 5 Правил прийому до Черкаського державного технологічного університету в 2022 р.

Вступник має виявити базові знання з теорії та практики дисциплін, що виносяться на вступне випробування.

### **1.2 МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ**

Перевірити відповідність знань, умінь, навичок вступників вимогам програм.

Оцінити ступінь підготовки вступників до закладів вищої освіти для навчання та здобуття ступеня магістра зі спеціальності **075 – Маркетинг (освітня програма – Маркетинг)**.

### **1.3 ПЕРЕЛІК ДИСЦИПЛІН ТА РОЗДІЛІВ З НИХ, ЯКІ ВІНОСЯТЬСЯ НА ВСТУПНІ ВИПРОБУВАННЯ**

На іспит виносяться питання з навчальних програм наступних дисциплін: «Економіка підприємства», «Маркетинг» «Менеджмент», «Логістика».

Перелік тем з навчальних дисциплін, що виносяться на іспит:

#### **1.3.1 Дисципліна «Економіка підприємства»:**

1. Підприємство як суб'єкт господарювання.

2. Підприємницька діяльність суб'єктів господарювання.
3. Управління підприємством.
4. Персонал підприємства.
5. Необоротні матеріальні активи підприємства.
6. Нематеріальні ресурси та активи підприємства.
7. Оборотні активи підприємства та поліпшення їх використання.
8. Інвестиції: формування, використання, ефективність.
9. Інноваційні процеси в господарській діяльності підприємства.
10. Техніко-технологічна база господарської діяльності підприємства.
11. Організація виробництва.
12. Виробнича і соціальна інфраструктура підприємства.
13. Прогнозування, планування та регулювання господарської діяльності підприємства.
14. Виробництво, якість та конкурентоспроможність продукції, робіт і послуг підприємства.
15. Продуктивність, мотивація та оплата праці.
16. Валові витрати та ціни на продукцію, роботи і послуги підприємства.
17. Фінансово-економічні результати та ефективність господарської діяльності підприємства.
18. Економічна безпека підприємства.
19. Реструктуризація та санація підприємства.
20. Банкрутство й ліквідація підприємства.

### **1.3.2. Дисципліна «Маркетинг»**

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Система і характеристики маркетингу
3. Організаційна структура маркетингу на підприємстві
4. Характеристики маркетингу
5. Маркетингові дослідження
6. Маркетинговатоварна політика
7. Маркетингова цінова політика

8. Маркетингова політика продажу
9. Маркетингова політика просування
10. Організація маркетингу
11. План маркетингу підприємства
12. Контроль маркетингу

### **1.3.3. Дисципліна «Менеджмент»**

1. Поняття і сутність менеджменту
2. Розвиток науки управління
3. Основи теорії прийняття управлінських рішень. Методи обґрунтування управлінських рішень
4. Ефективність управління
5. Планування в організації
6. Організація як функція управління
7. Мотивація
8. Управлінський контроль
9. Лідерство
10. Комунікації в управлінні

### **1.3.4. Дисципліна «Логістика»**

1. Поняття і сутність логістики.
2. Концепція та функції логістики.
3. Матеріальні потоки і логістичні операції.
4. Логістичні системи.
5. Заготівельна логістика.
6. Виробнича логістика.
7. Розподільча логістика.
8. Логістика складування.
9. Транспортна логістика.
10. Логістика сервісного обслуговування.

## 1.4 СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### 1.4.1. Дисципліна «Економіка підприємства»

1. Азарова А.О., Нікіфорова Л.О. Економіка підприємства. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Вінниця: ВНТУ, 2016. – 216 с.
2. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства. 2-ге видання. Навчальний посібник / Гринчуцький В. І. – Видавництво "Центр навчальної літератури" : К., 2012. – 302 с.
3. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. М.Бандурка, Є. В. Ковальов, М. А.Садиков, О. С. Маковоз; за заг. ред. О. М. Бандурки. – Харків: ХНУВС. – 2017. – 192 с.
4. Захарченко В. І. Економіка підприємства. Теорія./ Захарченко В. І., Меркулов М. М., Балахонова О. В. – К., 2011.– 324 с.
5. Захарченко В. І. Економіка підприємства. Практикум./ Захарченко В. І. – Видавництво "Центр навчальної літератури" : К., 2012. – 144 с.
6. Кузьмин, В. М. Економіка підприємства та управлінська економіка : практикум / В. М. Кузьмин. - Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. - 51 с.
7. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. / І. М. Бойчик. – К.: Кондор -Видавництво, 2016. – 378 с.

### 1.4.2 Дисципліна «Маркетинг»

1. Василькова Н.В., Дугіна С.І. Маркетингове ціноутворення. Практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2015. 133 с.
2. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. – Харків: УкрДУЗТ, 2015. – 190 с., рис. 11, табл. 8.

3. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с.

4. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / Зозульов О.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 100 с.

5. Маркетинг: теорія і практика»: навчальний посібник/ [Коломицева О.В., Боковня А.О., Васильченко Л.С. та ін.]; за ред. О.В. Коломицевої. – Черкаси: «Вертикаль», 2016. – 355 с.

6. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.

7. Маркетингова політика розподілу: навчально-методичний комплекс дисципліни для студентів спеціальностей «Маркетинг», «Менеджмент» / Євтушенко В.А., Євтушенко Г.В., Сорін Б.В. – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 25 с.

8. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю. Є. Петруня, В. Ю. Петруня. – 3-тє вид., переробл. і доповн. – Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. – 362 с.

9. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. . – Дніпро: Видавець, 2019 - 240 с.

10. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

#### **1.4.3. Дисципліна «Менеджмент»**

1. Осовська Г. В. Основи менеджменту: Підручник. Видання 4-е, перероблене і доповнене/ Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: «Кондор», 2012. – 664 с.

2. Менеджмент : навч. посіб. / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, С. М. Макуха та ін. ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2013. – 216 с.

3. Менеджмент : навч. посіб. / Н.С. Краснокутська, О.М. Нашекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.

4. Менеджмент: навч. посіб. / Шкільняк М. М. та ін. Тернопіль: Крок, 2017. 252 с.

5. Менеджмент : навч. посіб. / Г. Є. Мошек, М. М. Ковальчук, Ю. В. Поканевич, та ін.; за заг. редакція Г. Є. Мошека. Київ : Ліра-К, 2015. 550 с.

6. Палєха Ю., Мошек Г., Миколайчук І. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2018. 528 с.

7. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 312 с.

8. Туленков М. В. Сучасні теорії менеджменту [Текст]: навчальний посібник/ М. В. Туленков. - К.: Каравела, 2012. - 304 с.

#### **1.4.4. Дисципліна «Логістика»**

1. Дудар Т. Г. Основи логістики : навчальний посібник / Т. Г. Дудар, Р. Волошин. - К. : Центр учбової літератури, 2012. - 171 с. : іл., схеми, табл. - Бібліогр.: с. 169-171.

2. Економіко-математичні методи в логістиці: навч. посібник / Л.В. Савченко, М.Ю. Григорак. К.: НАУ, 2016. 282 с.

3. Кононенко, А. В. Логістика: навч. посіб. до виконання практ. робіт / А. В. Кононенко, Ю. О. Романенков, В. П. Гатило. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2019. – 56 с.

4. Крикавський Є.В., Похильченко О.А., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навчальний посібник. Львів: Видавництво Національного університету «Львівської політехніки», 2017 р. 804с.

5. Логістика : підручник / М. А. Цейтлін та ін. Суми : Триторія, 2021. 220

с.

6. Марчук В.Є., Григорак М.Ю., Гармаш О.М., Овдієнко О.В. Складська логістика. Херсон: Олді-плюс, 2020. 254 с.

7. Тюріна Н.М., Гой І.В., Бабій І.В. Логістика: навчальний посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2015. 392 с.

8. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. / В.Кислий [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Сумський держ. ун-т. - К. : Центр учбової літератури, 2010. - 359 с.

9. Хромов О. П. Логістика : навч. посібник / Олександр Хромов. - Харків : Бурун Книга, 2012. - 223 с.



## 2 ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

Вимоги до фахового іспиту відповідають вимогам чинних навчальних програм згідно стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 – Маркетинг (освітня програма – Маркетинг).

Час тестування – 2 астрономічні години (120 хвилин).

Вступні випробування проводяться у формі тестування в письмовій формі.

Тестове завдання складається з трьох блоків. Блок 1 – 20 завдань. Блок 2 – 10 завдань. Блок 3 – 2 завдання.

Блок 1 та Блок 2 містять завдання закритого типу, Блок 3 – відкритого типу.

Для тестового Блоку 1 подано 4 варіанти відповідей, Блоку 2 – 4 варіанти відповідей, з яких тільки одна правильна. Тестове питання вважається виконаним правильно, якщо вступник вказав саме правильну відповідь.

Блок 3 містить 2 завдання практичного типу.

Правильність виконання завдань оцінюється відповідно до критеріїв оцінювання знань.

Екзаменатор не зобов'язаний читати розв'язання завдань, що наведені вступником в чернетці.

Результати фахового іспиту оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів.


Особи, які набрали на вступних випробуваннях менше ніж 125 бали, позбавляються права участі в конкурсі за спеціальністю (освітньою програмою).

### 3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВСТУПНИХ ВИПРОБУВАНЬ

1. Результати фахового іспиту оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів і є результатом додавання до 100 балів суми балів, отриманих за виконання кожного завдання тесту:
  - За правильне розв'язання кожного з тестових питань *Блоку 1* вступник одержує по 2 бали (всього 40 балів). За неправильну відповідь на тестове завдання *Блоку1* вступник отримує – 0 балів.
  - За правильне розв'язання кожного з тестових питань *Блоку 2* вступник одержує по 3 бали (всього 30 балів). За неправильну відповідь на тестове завдання *Блоку2* вступник отримує – 0 балів.
  - За правильне розв'язання кожного з тестових питань *Блоку 3* вступник одержує по 15 балів (всього 30 балів). Причому, якщо допущена не груба помилка або недолік при правильному в цілому розв'язанні 9-14 балів; правильно розв'язана половина задачі – 7-8 балів, якщо хід розв'язання в цілому правильний, але допущена груба помилка, яка призвела до неправильної відповіді – 3-6 балів; допущена груба помилка, яка призвела до неправильної відповіді – 1-2 бали; в інших випадках - 0 балів.
2. Оцінка за тест виставляється як сума балів за кожне завдання.
3. Особи, які набрали на вступних випробуваннях менше ніж 125 бали, позбавляються права участі в конкурсі за спеціальністю (освітньою програмою).

Голова фахової атестаційної  
комісії зі спеціальності

075–Маркетинг  
(освітня програма  
– Маркетинг)

  
(підпис)

д.е.н., проф. Олена КОЛОМИЦЕВА  
(вч. зван., наук. ступ., ІП)