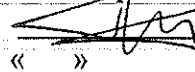


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКІЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Голова приймальної комісії



Г.О. Оборський

«    »

2020 р.

**ПРОГРАМА ВСТУПНОГО  
ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ**  
для вступу на навчання за освітнім рівнем бакалавр  
зі спеціальності **075 «Маркетинг»**  
на основі освітнього рівня молодшого спеціаліста

## **МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ**

1. Концепція і категорії маркетингу. Сутність поняття “орієнтація на споживача”. Концепція соціально-етичного маркетингу.
2. Причини виникнення маркетингу. Сутність конс’юмеризму.
3. Зміст маркетингу. Класифікація маркетингу.
4. Маркетингове середовище підприємства. Система маркетингової інформації.
5. Сегментація ринку. Ознаки і критерії сегментування. Економічна доцільність сегментування. Одномірне і комбіноване сегментування.
6. Класифікація товарів і показники, що характеризують товарний асортимент.
7. Теорія життєвого циклу товарів.
8. Товарна марка і товарний знак.
9. Сутність збуту і поняття каналу розподілу. Види каналів розподілу і показники, що характеризують канали розподілу.
10. Сучасна концепція міжнародного маркетингу: сутність, рівні, етапи інтернаціоналізації маркетингової діяльності, задачі.

## **МОДУЛЬ 2. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ**

1. Система маркетингових досліджень
2. Класифікація маркетингових досліджень за областю застосування.
4. Структура і процес маркетингових досліджень
5. Методи збирання первинної інформації
6. Дослідження кон’юнктури ринку
7. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів
8. Дослідження поведінки споживачів
9. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства
10. Програмні продукти та їх використання в маркетингових дослідженнях

## **МОДУЛЬ 3. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА**

1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства
2. Якість продукції та методи її оцінювання
3. Конкурентоспроможність товару та її показники
4. Життєвий цикл товару
5. Планування нового продукту і розроблення товару
6. Товарний знак та упаковка в системі товарної політики.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Економічна теорія: навч. посібник / В. П. Решетило, Г. В. Стадник, Н. В. Можайкіна та ін.; за заг. ред. В. П. Решетило; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова . – Х.: ХНУМГ, 2014. – 290 с.
2. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посіб. / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. – 2-ге вид. переробл. та допов. – К. : Центр учб. п-ри, 2009. – 688 с.

3. Економічна теорія. Політекономія: Підручник / За ред. В. М. Тарасевича. - К. : "Знання", 2012. - 206 с.
4. Історія економічних вчень [Текст] : підручник / за ред. Тарасевича В. М., Петруні Ю.С. - К. : "Центр учбової літератури", 2013. - 352 с.
5. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с
6. Брассингтон Ф., Петтит С. Основы маркетинга — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. - 768 с.
7. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. - 4-е вид., доп. - К.: Лібра, 2006 - 717 с.
8. Армстронг Г. Основы маркетинга : учеб. пособие / Г. Армстронг, В. Вонг, Ф. Котлер, Д. Сандерс. – М. : Вильямс, 2008.
9. Балабанова Л. В. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / Л. В. Балабанова. – К. : Знання, 2008. – 354 с.
10. Маркетинг: Підручник з грифом МОН України 4-те вид. / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов, М.А. Окландер та інші // Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 648 с.
11. Посібник для викладача до підручника «Маркетинг»: Методичне видання / О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, Борзенков С.В., М.А. Окландер та інші // К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 494 с.
12. Збірник тестів до підручника «Маркетинг»: Методичне видання / Ред-упор. О.І. Сидоренко / В.Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко, М.А. Окландер та інші // К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. 818 с.
13. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посіб. / М.А. Окландер, К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
14. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження. — К.: Центр навчальної літератури, 2006.
15. І.В. Лилик, О.В. Кудирко. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні справи. Практикум.: Навчальний посібник.-К.: КНЕУ, 2010.
16. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ «Лазарит-Поліграф», 2012 – 480 с.
17. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] / Т.Б. Решетілова, С.М. Довгань ; М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Електрон. текст. дані. – Дніпропетровськ : НГУ, 2015. – 357 с. – Режим доступу : <http://nmu.org.ua>
18. Катаєв А. В. Маркетингові дослідження [Електронний ресурс] : практикум для студ. спец. «Маркетинг» : в 2 ч. / А. В. Катаєв ; Харк. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. Х. : Видавничий центр «Діалог», 2015. – Ч. 1. Теорія маркетингових досліджень
19. Полторац В.А. Маркетингові дослідження [Текст] : навч. посібник для студ. вузів / В. А. Полторац, І. В. Тараненко, О. Ю. Красовська. - 3-тє вид., перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2014. - 340 с.
20. Ортинська, В. В. Маркетингові дослідження [Текст] : підручник / В. В. Ортинська, О. М. Мельникович. – 2-ге вид., допов. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 436 с.
21. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях [Текст]: учеб. пособие для вузов / М.В. Власова: Гос.ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2006. – 710 с.

22. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2014. 208 с.
23. Маркетингова товарна політика : підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортельова ; за ред. Н.О. Криковцевої. — К. : Знання, 2012. — 183 с.
24. БелявцевМ. І. Маркетингова товарна політика [Електронний ресурс]. – Режим доступу:// <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/395/1/Artuhov.pdf>
25. Балабанова, Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навч. посібн. для студ. ВНЗ /Л.В.Балабанова, О.А.Бриндіна. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 336 с
26. Романенко, Л.Ф. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. /Л.Ф. Романенко. – К.: Вид-во Уні-ту «Україна», 2008. – 106 с.
27. Чеботар, С.І. Маркетингова товарна політика: підручник /С.І.Чеботар, С.М.Боняр, Р.І.Буряк. – К.: Преса України, 2007. – 263 с.

### КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВІДПОВІДІ ВСТУПНИКА

Завдання з фахового випробування зі спеціальності 075 – «Маркетинг» складається з тестів. Кожен екзаменаційний білет містить 50 тестових завдань. Правильна відповідь може бути тільки одна та оцінюється в 4 бали.  
Максимальна кількість балів складатиме 200 балів.

Голова Фахової атестаційної комісії



М.А. Окландер