

МОН УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(УНУ)



ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії УНУ

Олена НЕПОЧАТЕНКО

« 11 » квітня 2025р.

ПРОГРАМА

фахового іспиту для здобуття ступеня бакалавра на основі НРК6,
НРК7 (у тому числі іноземних громадян та осіб без громадянства)
зі спеціальності D5 «Маркетинг»
освітньої програми «Маркетинг»

Голова фахової атестаційної комісії

Сергій СОКОЛЮК

(підпис)

Умань – 2025

Укладачі: д.е.н., професор Сергій СОКОЛЮК, к.е.н., доцент Ольга СЕМЕНДА; доктор філософії, доцент Наталія БЛЕНДА; д.е.н., професор Оксана ПЕНЬКОВА.

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва (протокол № 6 від 08 квітня 2025 р.).

Схвалено вченою радою факультету економіки і підприємництва (протокол № 8 від 09 квітня 2025 р.).

ВСТУП

Програма фахового іспиту передбачає перевірку здатності до опанування навчальної програми освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності D5 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» на основі здобутих раніше компетентностей.

Програма містить змістові розділи дисциплін «Маркетинг», «Поведінка споживачів», «Маркетингові комунікації», «Маркетингові дослідження».

Фаховий іспит має за мету перевірку рівня фахової підготовки абітурієнта і оцінювання готовності вступника до опанування освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти з галузі знань D Бізнес, адміністрування та право.

Обов'язковим є дотримання вступниками засад академічної доброчесності.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗМІСТУ ПРОГРАМИ, ДИСЦИПЛІНИ, ЇХ ТЕМИ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ

1. МАРКЕТИНГ

1. Основні категорії маркетингу
2. Концепції маркетингу
3. Види маркетингу та їх характеристика
4. Ризики в маркетингу
5. Маркетингова товарна політика
6. Маркетингова цінова політика
7. Маркетингова політика розподілу
8. Організація маркетингової діяльності на підприємстві
9. Контроль маркетингової діяльності на підприємстві

2. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ

1. Поведінка споживачів в умовах економічного обміну
2. Поняття, структура і сутність поведінки споживачів
3. Чинники зовнішнього впливу на поведінку споживачів
4. Чинники внутрішнього впливу на поведінку споживачів
5. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем
6. Процес прийняття рішень організаційним споживачем
7. Поведінкова реакція покупців
8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів
9. Кількісні дослідження поведінки споживачів
10. Якісні дослідження поведінки споживачів

3. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

1. Комунікації в системі маркетингу
2. Рекламування товару
3. Стимулювання продажу товарів
4. Паблік рілейшнз

5. Персональний продаж товарів і послуг
6. Реклама на місці продажу. Мерчендайзинг
7. Прямий маркетинг
8. Виставкова діяльність
9. Упаковка як засіб маркетингових комунікацій
10. Брендинг. Product placement
11. Спонсорування
12. Франчайзинг, як складова маркетингових комунікацій
13. Діджитал комунікації у цифровому суспільстві
14. Організація, планування та ефективність маркетингових комунікацій

4. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Система маркетингових досліджень
2. Маркетингова інформація
3. Структура і процес маркетингових досліджень
4. Методи збирання і аналізу маркетингової інформації
5. Дослідження кон'юнктури ринку
6. Ринкове сегментування
7. Прогнозні дослідження збуту
8. Маркетингові дослідження конкуренції на ринку
9. Дослідження поведінки споживачів
10. Дослідження конкурентоспроможності підприємства

ПРИКЛАД ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

1. Ціна, що склалася під час реалізації товарів на аукціонах називається:
 - а) аукціонною
 - б) комісійною
 - в) вільною
 - г) договірною

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНOSTІ ВСТУПНИКІВ

Фаховий іспит проводиться у формі тестового контролю знань. Загальна кількість тестових завдань становить 150, з яких вступнику за допомогою інформаційної системи дистанційної освіти Moodle задається 50. Кожне завдання містить чотири варіанти відповідей, серед яких лише одна правильна. Результати фахового іспиту оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів. Оцінювання відповідей здійснюється алгоритмом програми Moodle згідно структури оцінки. Особи, які набрали менше, ніж 100 балів, позбавляються права участі в конкурсі.

Для проведення фахового іспиту норма часу встановлюється не більше однієї астрономічної години.

Структура оцінки

Кількість вірних відповідей з 50 питань	Оцінка за шкалою 100-200 балів	Кількість вірних відповідей з 50 питань	Оцінка за шкалою 100-200 балів
1	102	26	152
2	104	27	154
3	106	28	156
4	108	29	158
5	110	30	160
6	112	31	162
7	114	32	164
8	116	33	166
9	118	34	168
10	120	35	170
11	122	36	172
12	124	37	174
13	126	38	176
14	128	39	178
15	130	40	180
16	132	41	182
17	134	42	184
18	136	43	186
19	138	44	188
20	140	45	190
21	142	46	192
22	144	47	194
23	146	48	196
24	148	49	198
25	150	50	200

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аракелова І. О. Маркетинг послуг: навч. посібник. Київ: МДУ, 2024. 217с. <http://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6048>
2. Бабко Н.М., Мандич О.В., Квятко Т.М., Сєвідова І.О., Романюк І.А. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170с.
3. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг: навчальний посібник. Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України». Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. 397с.
4. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
5. Барабанова В.В., Богатирьова Г.А. Інноваційний маркетинг: навч. посібник. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2022. 145с.
6. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 210 с.
7. Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
8. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.
9. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник. Київ : ЦНЛ, 2017. 200с.
10. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Фісун Ю.В., Крапко О.М. Маркетинговий менеджмент: навч. посібник. К.: НАУ, 2022. 204с.
11. Буряк Р.І. Маркетинг: навчальний посібник. К.: ЦП «Компринт», 2019. 765с.
12. Виноградова О.В. Сучасні види маркетингу: навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 265с.
13. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посіб. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230с.
14. Григорчук Т.В., Філюк Г.М. Словник маркетингових термінів. Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Каф. шоу-бізнеса. Київ: КНУКіМ, 2018. 46с.
15. Данченко О.Б., Дзюба Т.В. Маркетингові дослідження у проєктах навчальний посібник. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2021. 224с.
16. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник. Київ: Знання, 2008. 194с.
17. Діброва Т.Г., Солнцев С.О., Бажеріна К.В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300с.
18. Дудар В. Управління маркетингом: електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2022. 85с.
19. Жегус О.В. Парцирна Т.М. Маркетингові дослідження: навчальний посібник: Х., 2016. 237с.
20. Замкова Н.Л., Поліщук І.І., Буга Н.Ю., Соколюк К.Ю. Поведінка

споживачів: навчальний посібник. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. 200с.

21. Захарченко П.В., Самойленко А.А., Кулік А.В., Кутліна І.Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234 с.

22. Збарський, В.К. Талавиря М.П., Остапчук А.Д. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник. К. : ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 574 с.

23. Зіновчук В.В., Тарасович Л.В. Маркетингова діяльність підприємства: навч. Посібник. Житомир: Вид. О.О. Євенюк, 2019. 464с.

24. Зозулев А.В. Поведінка споживачів: навч. посіб. К.: Знання, 2004. 364с.

25. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Нескуба Т.В. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227с.

26. Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362с.

27. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг: навч. посіб. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180с.

28. Іванова Р.Х. Поведінка споживачів: навч. посіб. Х.: ІНЖЕК, 2005. 304с.

29. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 252 с.

30. Квіт С. Масові комунікації. Київ: Кієвомогилянська академія, 2018. 352с.

31. Квятко Т.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микитась А.В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

32. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг: навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68с.

33. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191с.

34. Косар Н.С., Мних О.Б., Крикавський Є.В., Леонова С.В. Маркетингові дослідження: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460с.

35. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання Науковий світ. 2023. 622с.

36. Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В., Салата І.З., Марчук Л.В. Франчайзинг: навчальний посібник. URL : <https://westudents.com.ua/knigi/191-franchayzing-kuzmn-o.html>

37. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2016. 246с.

38. Лабурцева О.І. Ризики в маркетингу: підручник. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2019. 476с.

39. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача: навч. посіб. К.: Академія. 2014. 224с.
40. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 524с.
41. Мартин О.М. Основи маркетингу: навчальний посібник. Львів: ЛДУ БЖД, 2015. 409с.
42. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323с.
43. Міщук О.І. Методичний посібник із дисципліни «Маркетингові комунікації» для студентів факультету економіки і менеджменту зі спеціальності «Маркетинг» освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр». Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, 2016. 37с.
44. Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Скиба О.М. Словник сучасного маркетингу. Київ. міжнар. ун-т. Київ: КиМУ, 2018. 213с.
45. Мороз Л.А., Крикавський Є.В. Маркетингова політика комунікацій. Львів: Львівська політехніка, 2022. 136с.
46. Муті І. Брендинг за 60 хвилин. Харків: Фабула: Ранок, 2019. 255с.
47. Ньюмейер М. Характеристики Zag. Найкращий посібник з брендингу. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. С.192.
48. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 208с.
49. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408с.
50. Павловська Л.Д., Павловський Д.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. 344 с.
51. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101с.
52. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності; навчальний посібник. К.: Євро індекс, 2009. 48с.
53. Петруня Ю. Є., Петруня В. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. 3-тє вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362с.
54. Писаревський І.М., Стешенко О.Д. Управління ризиками: навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 124с.
55. Полтораки В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навчальний посібник 4-те видання, перероблене та доповнене. Центр навчальної літератури. 2022. 356 с.
56. Попов О.С., Мельников С.М. Брендинг: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2019. 103с.
57. Попова Н.В., Катаєв А.В., Базалієва Л.В., Кононов О.І., Муха Т.А. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315с.

58. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: Т-во «Знання», КОО, 2006. 327с.
59. Приймак В.В. Екологічний маркетинг: навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 101 Екологія, рівня вищої освіти бакалавр. Херсон: ФОП Вишемирський В.С., 2019. 108с.
60. Примак Т. Рекламний креатив. Київ: КНЕУ, 2006. 128 с.
61. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202с.
62. Прокопенко О.В., Троян М.Ю. Поведінка споживачів: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2008. 176с.
63. Решетілова Т.Б. Довгань С.М. Маркетингові дослідження. підручник для студентів спеціальності 075 Маркетинг Дніпропетровськ: НГУ, 2015. 357с.
64. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: Студцентр, ННІЖ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2024. 384с.
65. Ромат Є.В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284с.
66. Савельєва Є.В. Новітній маркетинг: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 420с.
67. Савицька Н. Л., Прядко О.М. Мерчандайзинг: навч. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг (2-ге видання, доповнене); Держ. біотехнологічний ун-т. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2024. 206с.
68. Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347с.
69. Сєвонькаєва О.О. Маркетингові комунікації: підручник. К.: КНЕУ, 2014. 344 с.
70. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 155с.
71. Соломон Майкл Р. Поведінка споживача. Мистецтво та наука перемагати на ринку: пров. з англ. 2003. 784с.
72. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг: навч. посібник. 2-е вид., переробл. і допов. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494с.
73. Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. Маркетинг: навч. посіб. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216с.
74. Ткаченко А.М., Ханенко А.В., Бугрім О.Ю. Середовище функціонування бізнесу: навчальний посібник. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка». 2022. 169с.
75. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес: монографія. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244с.
76. Хамініч С.Ю., Півоварова О.Б., Кононова О.О. Марковська І.О. Екологічний маркетинг: навч. посібник. Дніпропетровськ, 2015 163с.
77. Череп О.Г. Маркетинг: навч. посіб. Київ: Кондор, 2021.
78. Чернишова А.М. Брендинг: навчальний посібник. URL:

<https://stud.com.ua/36910/marketing/brending>

79. Чучка, І.М., Студеняк І.П. Інтерактивний маркетинг: навч. посібник. К.: Кондор, 2009. 122с.

80. Штефанич Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз. Тернопіль: Економічна думка, 2011, 267с.

81. Ярим-Агаєв О.М., Устинович Н.В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. Київ: ТАЛКОМ, 2019. 159 с.