МОН УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
(УНУ)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії УНУ
_____ Олена НЕПОЧАТЕНКО
«11» квітня 2025р.

ПРОГРАМА

фахового іспиту для здобуття ступеня магістра 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; к.е.н., доцент Валентина ЛЕМЕНТОВСЬКА (гарант освітньої програми).

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 магістра зі спеціальності D5 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» на основі здобутих раніше компетентностей. Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань вступників під час вступу на навчання.

Програма містить змістові розділи дисциплін «Управління каналами розподілу», «Маркетингові комунікації», «Маркетинг в аграрній сфері», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингове ціноутворення».

Фаховий іспит має за мету перевірку рівня фахової підготовки абітурієнта і оцінювання готовності вступника до опанування освітньої програми другого (магістерського) 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 ВИНОСЯТЬСЯ НА ФАХОВИЙ ІСПИТ

1. УПРАВЛІННЯ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ

1. Сутність та значення маркетингової політики розподілу
2. Організація товарного руху в каналах розподілу
3. Оптова торгівля в каналах розподілу
4. Роздрібна торгівля в каналах розподілу
5. Позамагазинні та особливі форми розподілу товарів
6. Організаційно-економічний механізм використання каналу розподілу
7. Управління діяльністю в процесі товарного руху
8. Застосування сучасних технологій у збутовій політиці підприємства
9. Маркетингова логістика як фактор підвищення ефективності збуту

2. 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

3. МАРКЕТИНГ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

1. Маркетинг та його особливості в сільському господарстві. Аграрний ринок
2. Комплексне вивчення ринку сільськогосподарської продукції
3. Маркетингові дослідження та інформаційне забезпечення маркетингу в аграрній сфері
4. Конкурентоспроможність та якість сільськогосподарської продукції
5. Стратегія ціноутворення на основі маркетингу
6. Методи поширення сільськогосподарської продукції
7. Управління маркетингом та його організація в сільському господарстві.
8. Кооперація в діяльності аграрних товаровиробників

4. МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства
2. Товари і послуги в маркетинговій діяльності
3. Якість продукції та методи її оцінювання
4. Конкурентоспроможність товару та її показники
5. Ринок товарів і послуг
6. Цільовий ринок товару і методика його вибору
7. Організація управління продуктом
8. Політика брендингу
9. Життєвий цикл товару
10. Планування нового продукту і розроблення товару
11. Призначення та види ідентифікування продукції
12. Упаковка в системі планування продукту

5. МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ

1. Ведення в ціноутворення
2. Формування цінової політики
3. Ціна як інструмент маркетингової цінової політики
4. Система цін та їх класифікація
5. Фактори маркетингового ціноутворення
6. Методичні підходи до ціноутворення в системі маркетингу
7. Процедура прийняття рішення щодо визначення ціни на сільськогосподарську продукцію
8. Коригування цін для стимулювання збуту
9. Особливості дослідження ринкової кон’юнктури у ціноутворенні
10. Маркетингові стратегії ціноутворення
11. Ціноутворення в міжнародному маркетингу
12. Оцінка ризику у ціноутворення
13. Державне регулювання процесів ціноутворення в Україні
14. Ціноутворення брендів

ПРИКЛАД ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ

1. Ринкова ніша – це:
   а) обмежена за масштабами та адресністю сфера підприємницької діяльності, що дозволяє виробникові найефективніше реалізувати свої можливості;
   б) сфера збуту застарілої продукції;
   в) невеликий сегмент ринку, де споживач в змозі придбати необхідний для нього товар;
   г) частина ринку де малі підприємства реалізовують свою продукцію.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ, СТРУКТУРА ОЦІНКИ І ПОРЯДОК ОЦІНЮВАННЯ ПІДГОТОВЛЕНОСТІ ВСТУПНИКІВ

Загальна кількість тестових завдань становить 300, 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 вступного випробування оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів. Оцінювання відповідей здійснюється алгоритмом програми Moodle згідно структури оцінки. В конкурсі беруть участь вступники, які за результатами фахового випробування отримали 100 і більше балів.

Для проведення вступного фахового випробування норма часу встановлюється не більше 1 астрономічної години.

Особи, які набрали менше, ніж 100 балів, позбавляються права участі в наступному вступному випробуванні та в конкурсі.

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. Lohosha R.et al. Management of marketing activities of agricultural formations in the conditions of European integration. Monograph. Primedia eLaunch, Boston, USA, 2022. 398 p.
2. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 210с.
3. Безкоровайна С.В. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. К.: КНУТД, 2014. 160с.
4. Безугла Л.С., Перевозова І.В., Лагодієнко В.В. та ін. Маркетингові системи розподілу: навч. посіб. Нац. техн. ун-т «Дніпр. політехніка», Івано-Франк. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпр. держ. аграр.-екон. ун-т. Дніпро : Грані, 2022. 244 с.
5. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.
6. Біловодська О.А. Журило В.В. Маркетингова товарна політика: практикум. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 236 с.
7. Божкова В.В., Мельник Ю.М. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник. Київ: ЦНЛ, 2017. 200с.
8. Бучнєв М.М. Маркетингове ціноутворення: навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с.
9. Воронько-Невіднича Т.В., Калюжна Ю.П., Хурдей В.Д. Реклама і рекламна діяльність: навч. посіб. Полтава, РВВ ПДАА, 2018. 230с.
10. Джефкінс Ф. Реклама: практичний посібник. Київ: Знання, 2008. 194с.
11. 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.
12. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика К.: КНЕУ, 2005. 393 с.
13. Дядін А. С. Канали розподілу товарів як фактор розвитку сфери обігу. Соціальна економіка. 2020. Вип. 59. С.65-72.
14. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
15. Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Нескуба Т.В. Маркетингові комунікації: навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2022. 227 с.
16. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2023. 234 с.
17. Квіт С. Масові комунікації. Київ: Києвомогилянська академія, 2018. 352с.
18. Кифяк О.В., Фень К.С. Маркетингове ціноутворення: практикум. Чернівці: Чернівецький національний університет. 2024. 93с.
19. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник. Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191с.

20. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 844с.

21. Крикавський Є.В., Дейнега О., Дейнега І. Маркетингова товарна політика: підручник. Л.: Львівська політехніка, 2022. 376с.

22. 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

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

24. Литвиненко Я. В. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. К.: ДП «Видавничий дім» Персонал», 2008. 244 с.

25. Лобанов М.І., Маркіна Т.А., Арестенко Т.В. Аграрний маркетинг: навчальний посібник. Мелітополь, 2012. 277 с.

26. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2003. 524с.

27. Мазур К.В., Кубай О.Г. Менеджмент аграрного підприємства: навч. посібник. Вінниця: ТВОРИ, 2020. 284 с.

28. Макаренко Н.О., Лишенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навчальний посібник. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129с.

29. Маркетингова політика розподілу: навч. посібник. Харків: УкрДАЗТ, 2013. 266с.

30. Мельник Л.Г., Карінцева Л. В., Старченко Л. В. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник. Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2023. 246с.

31. 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.

32. Мороз Л.А., Крикавський Є.В. Маркетингова політика комунікацій. Львів: Львівська політехніка, 2022. 136с.

33. Муті І. Брендинг за 60 хвилин. Харків: Фабула: Ранок, 2019. 255с.

34. Ньюмейер М. Характеристики Zag. Найкращий посібник з брендингу. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. С.192.

35. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: підручник. К.:ЦУЛ, 2021. 246с.

36. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 284с. URL: http://oklander.info/?p=2089

37. Олексенко Л.В. Маркетингова політика розподілу: навчальний посібник. К.: Видавництво Ліра-К, 2018. 468с.

38. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни для

студентів спеціальності «Маркетинг»; всіх форм навчання. Харків: вид-во Іванченко, 2020. 89с.

39. Олініченко К.С., Прядко О.М., Чміль Г.Л. Маркетингова політика розподілу: практикум здобувачам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг». Харків, 2023. 123с.

40. Островський П.І. Аграрний маркетинг: навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 224 с.

41. Панченко С.В. Управління бізнесом: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 312с.

42. Пахуча Е.В. Маркетинг в агрохарчовій системі: конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 93 с.

43. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101с.

44. Пекар В.О. Основи виставкової діяльності: навчальний посібник. К.: Євро індекс, 2009. 48с.

45. Попов О.С., Мельников С.М. Брендинг: навч. посіб. Харків: ХАІ, 2019. 103с.

46. Попова Н.В., Катаєв А.В., Базалієва Л.В., Кононов О.І., Муха Т.А. Маркетингові комунікації: підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

47. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ: Т-во «Знання», КОО, 2006. 327с.

48. Примак Т. Рекламний креатин. Київ: КНЕУ, 2006. 128 с.

49. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202с.

50. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т». Суми: Територія, 2022. 158с.

51. Рогач С.М., Суліма Н.М., Гуцул Т.А., Ільків Л.А., Ярема Л.В. Економіка сільського господарства: навчальний посібник. Київ: ЦП «Компринт», 2020. 546с.

52. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: Студцентр, ННІЖ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2024. 384с.

53. Ромат Є.В., Бучацька І.О., Дубовик Т.В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навчальний посібник. Київ, 2016. 284с.

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

55. Сергєєва О.Р. Товарообіг в Україні – реалії сьогодення. Підприємництво та інновації. 2020. №11-1. С. 113-117.

56. Сєвонькаєва О.О. Маркетингові комунікації: підручник. К.: КНЕУ, 2014. 344 с.

57. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент: навч. посіб. Київ: НАУ, 2019. 155с.

58. Ткаченко Т.І., Дупляк Т.П. Виставковий бізнес: монографія. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. 244с.

59. Чернишова А.М. Брендинг: навчальний посібник. URL: https://stud.com.ua/36910/marketing/brending

60. Чміль Г.Л. Трансформація простору функціонування бізнес структур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2021. № 1. С.391–405.

61. Шейдик К.А., Савіна О.І., Вантюх О.М. Маркетинг сільськогосподарської продукції: навчальний посібник. Ужгород. 2023. 102 с.

62. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: підручник. К: Кондор. 2006. 460с.

63. Юхименко П.І., Шуст О.А., Димань Т.М., Гринчук Ю.С. Аграрна економічна політика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 554 с.

64. Юхименко П.Ю., Шуст О.А., Димань Т.М. Конкурентоспроможність аграрного підприємства: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2024. 536 с.

65. Якубовська Н. Маркетингове ціноутворення: навчальний посібник. Рівне: О. Зень, 2023. 127 с.

66. Яннаріно Е. Інструкція ефективного продажника. К.: Видавництво Наш формат, 2020. 192с.