




**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ**

УЗГОДЖЕНО

Голова фахової  
атестаційної комісії

 **Н. Петрищенко**  
«11» квітня 2023 р.



**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Голова Приймальної комісії

**А. Ковров**

«11» квітня 2023 р.

**ПРОГРАМА**

фахового вступного випробування  
зі спеціальності

**075 Маркетинг**

освітньо-професійна програма підготовки

**Маркетинг**

Ступінь вищої освіти  
**Магістр**

Вступ на основі  
**Бакалавр, магістр**

**СХВАЛЕНО**

на засіданні Приймальної комісії

Протокол № **11**

від «11» квітня 2023 р.

## 1. Зміст вступних випробувань з маркетингу

### Блок 1. Маркетинг

1. Сутність маркетингу.
2. Система і характеристика сучасного маркетингу
3. Історія маркетингу.
4. Маркетинг як філософія бізнесу.
5. Категоріальний апарат маркетингу: потреба, попит, товар, ринок, угода, обмін.
6. Принципи маркетингової діяльності..
7. Функції маркетингу.

### Блок 2. Інфраструктура товарного ринку

1. Сутнісна характеристика товарного ринку
2. Предмет, метод і завдання дослідження інфраструктури товарного ринку
3. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.
4. Підприємства оптової торгівлі
5. Торговельно-посередницька діяльність на товарному ринку.
6. Організація посередницької діяльності на товарному ринку.
7. Роздрібна торгівля.

### Блок 3. Маркетингова цінова політика

1. Сутність маркетингової цінової політики.
2. Цілі ціноутворення.
3. Система цін та їх класифікація.
4. Фактори маркетингового ціноутворення.
5. Концепції ціноутворення в системі маркетингу.
6. Методика розрахунку цін.
7. Методики встановлення цін, виходячи з попиту, з урахуванням конкуренції.

### Блок 4. Маркетингова товарна політика

1. Сутність маркетингової товарної політики.
2. Концепція життєвого циклу товару.
3. Етапи життєвого циклу товару та їх характеристика.
4. Етапи розробки нової продукції.
5. Види життєвого циклу продукції.
6. Етапи створення товару-новинки
7. Характеристики товарного асортименту

### Блок 5. Маркетингові дослідження

1. Ринок та основні напрями його дослідження
2. Класифікація ринків та їх спільні риси.
3. Дослідження кон'юнктури ринку.
4. Дослідження місткості ринку.
5. Прогнозні дослідження збуту.
6. Дослідження поведінки споживачів.
7. Сегментування ринку.

### Блок 6. Маркетингова політика комунікацій

1. Сутність маркетингової політики комунікацій.
2. Цілі та засоби комунікаційної політики.
3. Фірмовий стиль та його елементи.
4. Бренд.
5. Імідж фірми (товару) та його формування.
6. Реклама.
7. Формування попиту та стимулювання збуту

### Блок 7. Міжнародний маркетинг

1. Міжнародний маркетинг: його сутність та зміст
2. Міжнародне економічне середовище.
3. Міжнародні маркетингові дослідження.
4. Сегментація світового ринку.
5. Вибір зарубіжних ринків.
6. Моделі виходу фірми на зовнішній ринок.
7. Міжнародний маркетинговий комплекс: товарна політика.
8. Принципи й особливості діяльності міжнародного маркетингу

## 2. ОСНОВНІ ВМІННЯ І НАВИЧКИ

### Вміння:

- розкривати зміст організації маркетингових досліджень;
- планувати товарну номенклатуру та товарний асортимент ;
- визначати маркетингові стратегії на різних етапах життєвого циклу продукту;
- виділяти фактори, що впливають на ціноутворення товарів;
- аналізувати цінові стратегії розвитку підприємства;
- здійснювати економічну оцінку існуючих каналів товароруку;
- розробляти елементи фірмового стилю;
- визначати засоби щодо стимулювання збуту товарів;
- здійснювати планування, організацію, регулювання та контроль виробничо-збутової діяльності;

### Навички:

- проведення маркетингових досліджень;
- здійснення маркетингової товарної політики;
- вибору каналів розподілу продукції підприємства;
- ціноутворення;
- формування попиту та стимулювання збуту;
- формування соціально відповідального маркетингу;
- визначення та оцінювання ефективності маркетингу.