

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



Заступник голови  
Приймальної комісії академії



Ю. Крутій

«30» березня 2020 р.

**ПРОГРАМА**

**додакового фахового вступного випробування у формі співбесіди**

для вступу на навчання на ступінь магістра

**за спеціальністю 075 "Маркетинг"**

освітня програма "Маркетинг"

на базі ступеня вищої освіти бакалавра

або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста

неспоріднених спеціальностей

Схвалено на засіданні

Приймальної комісії академії

протокол №9 від "10" березня 2020 р.

**ОДЕСА – 2020**

### Блок 1. Маркетинг

1. Макросередовище маркетингу.
2. Категоріальний апарат маркетингу: потреба, попит, товар, ринок, угода, обмін.
3. Принципи маркетингової діяльності..
4. Передумови маркетингу в Україні.
5. Мікросередовище 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. Товарні біржі.

### Блок 3. Маркетингова цінова політика

1. Сутність маркетингової цінової політики.
2. Цілі ціноутворення.
3. Завдання, що реалізуються через цінову політику
4. Фактори маркетингового ціноутворення.
5. Концепції ціноутворення в системі маркетингу.

### 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.

### Блок 5. Маркетингові дослідження

1. Ринок та основні напрями його дослідження
2. Класифікація ринків та їх спільні риси.
3. Дослідження місткості ринку.
4. Дослідження поведінки споживачів.
5. Сегментування ринку.

### Блок 6. Маркетингова політика комунікацій

1. Сутність маркетингової політики комунікацій.
2. Фірмовий стиль та його елементи.
3. Бренд.
4. Імідж фірми (товару) та його формування.
5. Сутність та значення реклами.

### Блок 7. Міжнародний маркетинг

1. Міжнародний маркетинг: його сутність та зміст
2. Міжнародне економічне середовище.
3. Соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу.
4. Міжнародне політико-правове середовище.
5. Міжнародні маркетингові дослідження.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг. К.: Либра, 2012. – 712 с.
2. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посіб. / Під ред. проф.. О.О. Шубіна. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ «Студцентр» 2013. – 816 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер.с англ. – М.; СПб.; К.:Издательский дом “ВИЛЬЯМС”, 2013. – 944 с.
4. Лиходій В.Г., Єрмошенко М.М. Маркетинг. – К.: Національна академія управління. 2012. – 404 с.
5. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг: задачи, логическиесхемы, тесты. – СПб.:Питер, 2012.- 128 с.
6. Маркетинг: Підручник для вищих навч. закладів / За ред О.М. Азарян. – К.: - НМЦВО МОН України, НВФ «Студцентр» 2013. – 460 с.
7. Сахацький М.П., Запша Г.М., Кругій Ю.С., Шинкарук Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. Одеса: Пальміра, 2008. - 170 с.

Голова фахової атестаційної комісії

\_\_\_\_\_ І.А. Ажаман