

Міністерство освіти і науки України
Національний авіаційний університет
Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ННІЕМ

_____ С.Петровська
« ____ » _____ 2017р.




Система менеджменту якості

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки
на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»

за спеціальністю 075 «Маркетинг»
шифр та назва напрямку підготовки

СМЯ НАУ П 11.01.03 - 01-2017


	<p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
		Стор. 2 із 7	

ВСТУП

Мета фахового вступного випробування — визначення рівня знань з комплексу професійно-орієнтованих дисциплін і передбачає визначення рівня знань за напрямками професійної діяльності та формування контингенту студентів, найбільш здібних до успішного опанування дисциплін відповідних освітніх програм.

Фахове вступне випробування проходить у формі усної співбесіди.

Організація фахового вступного випробування здійснюється відповідно до Положення про приймальну комісію Національного авіаційного університету.

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
	Стор. 3 із 7		

Перелік програмних питань
з дисциплін, які виносяться на фахове вступне випробування на освітній ступінь «Бакалавр»
з нормативним терміном навчання 3 роки


Основи маркетингу

1. Назвіть основні завдання маркетингу.
2. Опишіть ключові поняття маркетингу.
3. Охарактеризуйте сутність концепцій маркетингу.
4. Назвіть принципи маркетингу.
5. Назвіть основні види маркетингу.
6. Опишіть комплекс маркетингу та його елементи.
7. Опишіть основні маркетингові функції.
8. Опишіть поняття «ринок», «потреба», «попит», «товар», «послуга».
9. Охарактеризуйте маркетингове середовище фірми.
10. Опишіть значення та види ринкового сегментування.
11. Охарактеризуйте сутність та систему маркетингових досліджень.
12. Опишіть процес дослідження ринку та його значення для підприємств.
13. Опишіть види та методи маркетингових досліджень.
14. Назвіть принципи та завдання маркетингових досліджень.
15. Охарактеризуйте маркетингову інформацію та основні методи її отримання.
16. Опишіть головні параметри товарів.
17. Охарактеризуйте поняття життєвого циклу товару.
18. Опишіть конкурентоспроможність товару та методи її визначення.
19. Опишіть цілі ціноутворення.
20. Опишіть основні методи ціноутворення.
21. Охарактеризуйте основні завдання реклами
22. Опишіть види реклами та їх функції
23. Опишіть характеристики каналів розподілу.
24. Назвіть типи торгівельних посередників.
25. Опишіть процес організації маркетингу на підприємстві.

Список літератури
для самостійної підготовки вступника до
фахового вступного випробування

Основна література

1. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика. – К.: Вища шк., 1994.–327 с.
2. Березин И.С. Маркетинговый анализ. – М.: Эксмо, 2002. – 400с.
3. Хруцкий В.Е., Коренева И.В. Современный маркетинг. – М.: Финансы и статистика. 2008. – 528с.
4. Амблер Т. Практичний маркетинг: Пер. С англ./Под общ. Ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2007. – Гл.11,18.

	<p>Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»</p>	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
		Стор. 4 із 7	


5. Примак Т.О. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2007. – 228 с.
6. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. – СПб: Питер, 2009. – 400 с.
7. Маркетинг: Підручник/В.Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко, та ін.. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент – освіти в Україні», 2008. – 648 с.

Додаткова література

8. Диксон Питер. Управление маркетингом/ Пер. С англ. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 2009. – 560 с.
9. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. Посіб. – К.: КНЕУ, 1997.
10. Салий В.В., Бакаєва В.В. Искусство продажи: Практикум. – М.: Издательский Дом „Дашков и К”, 2008. – 164с.
11. Терещенко В.М. Маркетинговые технологии в России, 2–е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 416 с.

Голова фахової атестаційної комісії _____

_____ С. Смерічевський

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
		Стор. 5 із 7	

Міністерство освіти і науки України
Національний авіаційний університет

Навчально-науковий інститут Економіки та менеджменту
Факультет економіки і підприємництва
Кафедра маркетингу
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність 075 «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор ННІЕМ
_____ С. Петровська
«___» _____ 2017 р.

Фахове вступне випробування

Білет № 1

1. Теоретична частина

Завдання 1. Опишіть поняття «ринок», «потреба», «попит», «товар», «послуга».

Завдання 2. Опишіть процес організації маркетингу на підприємстві


Завдання 3. Назвіть принципи маркетингу

Затверджено на засіданні кафедри маркетингу

Протокол № __ від «__» _____ 20__ р.

Завідувач кафедри маркетингу _____
підпис

С. Смерічевський
прізвище, ініціали

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
		Стор. 6 із 7	


Рейтингові оцінки за виконання окремих завдань фахових вступних випробувань

Вид навчальної роботи	Максимальна величина рейтингової оцінки (бали)
Виконання завдання № 1	30
Виконання завдання № 2	30
Виконання завдання № 3	40
Усього:	100

Значення рейтингових оцінок в балах за виконання завдань
вступних випробувань та їх критерії*

Оцінка в балах за виконання окремих завдань		Критерій оцінки
27 – 30	36 - 40	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок
25 – 26	33 – 35	Виконання вище середнього рівня з кількома помилками
23 – 24	30 - 32	У загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок
20 – 22	27 – 29	Непогане виконання, але зі значною кількістю недоліків
18 – 19	24 - 26	Виконання задовольняє мінімальним критеріям
менше 18	менше 24	Виконання не задовольняє мінімальним критеріям
Увага! Оцінки менше, ніж 18 або 24 бали не враховуються при визначення рейтингу		

* Значення оцінок у балах та їх критерії відповідають вимогам шкали ECTS

	Система менеджменту якості ПРОГРАМА фахового вступного випробування на освітній ступінь «Бакалавр» з нормативним терміном навчання 3 роки на основі освітньо-кваліфікаційного рівня «Молодший спеціаліст»	Шифр документа	СМЯ НАУ П 11.01.03-01-2017
		Стор. 7 із 7	

Відповідність рейтингових оцінок

у балах оцінкам за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82 – 89	Добре	B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75 – 81		C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилوک)
67 – 74	Задовільно	D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60 – 66		E	Достатньо (виконання задовольняє мінимальним критеріям)
35 – 59	Незадовільно	FX	Незадовільно
1 – 34		F	Незадовільно