

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

ЗАТВЕРДЖУЮ
Голова приймальної комісії ТДАТУ
д.т.н. проф.  В.М. Кюрчев
«13»  2020 р.



**ПРОГРАМА ФАХОВОЇ СПІВБЕСІДИ
(додаткового вступного випробування)**

щодо вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня «Магістр»
за освітньою програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг»
на основі здобутого за іншою спеціальністю освітнього ступеня «Бакалавр»
або вищого за нього ступеня вищої освіти

МАРКЕТИНГ

1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
2. Класифікація маркетингу
3. Процес управління маркетингом
4. Маркетингова товарна політика
5. Маркетингова цінова політика
6. Маркетингова політика розподілу
7. Маркетингова комунікаційна політика
8. Організація маркетингу
9. Контроль маркетингу
10. Логістика та логістичні системи
11. Системи ланцюгів постачань
12. Поєднання внутрішньовиробничої логістики та маркетингу

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1. Система маркетингових досліджень
2. Маркетингова інформація
3. Організація роботи із постачальниками маркетингової інформації
4. Структура і процес маркетингових досліджень
5. Методи збирання первинної інформації
6. Визначення місткості ринку та його сегментів
7. Дослідження кон'юнктури ринку
8. Прогнозні дослідження збуту
9. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів
10. Дослідження поведінки споживачів
11. Маркетингові дослідження підприємства
12. Маркетингові дослідження брендів
13. Маркетингові дослідження у сфері послуг
14. Програмні продукти в маркетингових дослідженнях

ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО РИНКУ

1. Предмет, метод і завдання інфраструктури товарного ринку
2. Сучасна характеристика ринку
3. Товарний ринок – середовище маркетингу
4. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку
5. Макроорганізація оптової торгівлі
6. Підприємства оптової торгівлі
7. Послуги підприємств оптової торгівлі
8. Торговельно-підприємницька діяльність на товарному ринку
9. Комерційне посередництво на товарному ринку
10. Інформаційна та організаційно-комерційна діяльність
11. Роздрібна торгівля
12. Товарні біржі
13. Лізинг

14. Персональний продаж

АГРАРНИЙ МАРКЕТИНГ

1. Види підприємств, їх організаційно – правові форми на аграрному ринку
2. Ринок і продукція
3. Витрати на виробництво і реалізацію продукції
4. Види ринків та їх утворення в сільському господарстві
5. Конкурентоспроможність та якість сільськогосподарської продукції
6. Умови формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції
7. Особливості розвитку аграрного ринку
8. Політика ціноутворення на аграрному ринку
9. Просування сільськогосподарської продукції на споживчому та промисловому ринку
10. Оптова та роздрібна торгівля продукції переробки
11. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств на світовому аграрному ринку
12. Кон'юнктура аграрного ринку
13. Фірмова торгівля в агропромислових підприємствах
14. Особливості управління запасами в агропромислових підприємствах

Рекомендована література

1. Андрійчук В.Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: Монографія. – К.: КНЕУ, 2005. – 292с.
2. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник для студ. вищих навч. закладів/ М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова - К.: Центр навчальної літератури, 2005.-416 с.
3. Войчак А.В. Маркетингові дослідження. К., КНЕУ, 2001.
4. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. – 4-те доп. – Київ.: Лібра, 2006. - 720 с.
5. Даненбург В. и др. Основы оптовой торговли: Практический курс / Пер. с англ. - СПб.: Нева-Ладога-Онега, 2001. - 228 с.
6. Економіка підприємства. (за ред. проф. Покропивного С.Ф.) – К.: КНЕУ, 2001.-528 с.
7. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка. - М.: "Издательство ПРИОР", 2001 ,256с.
8. Каплина С. А. Организация коммерческой деятельности: уч пособие / С. А. Каплина Ростов н/Д: Феникс , 2002 - 416с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. С англ.. / Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 2000. – 736 с.
10. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За заг. ред.. В.В. Липучка. – Львів: «Новий Світ -2000»; «Магнолія плюс». – 2003. – 288 с.
11. Малхотра Нэреш Д. Маркетинговые исследования. М., СПб., К., Издательский дом «Вильямс», 2002.

12. Маркетинг: Підручник / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; За ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
13. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О.М.Азарян, О.А.Виноградов та ін.- К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
14. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
15. Савощенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.: КНЕУ, 2005. - 340 с.
16. Сорока І.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник/ Під ред. І.В. Сороки. - К.: НМЦВО МО і Н України, НВФ «Студцентр», 2002.- 608 с.
17. Старостина А.О. Маркетинговые исследования. М., Издательский дом «Вильямс», 2001.
18. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. – К.: Знання, 2006. – 327 с.
19. Федько В.П., Федько Н.Г. Інфраструктура товарного ринку. Серія «Учебники, учебные пособия». Ростов Н/Д: Феникс, 2000.- 512 с.
20. Черчиль Г.А. Маркетинговые исследования . СПб., 2000.
21. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Каравела, 2004. – 568с.
22. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. - К.:МАУП, 2004. -254с.

Гарант освітньої програми,
д.е.н., професор

Д.Г.Легеза

Декан факультету економіки та бізнесу,
к.е.н., доцент

С.В. Карман