

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

Навчально-науковий інститут управління та адміністрування  
Кафедра маркетингу, менеджменту та публічного адміністрування

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Вченою радою ННІУА  
протокол № \_\_\_ від „\_\_\_” \_\_\_\_\_ 2018 р.

Директор ННІУА  
\_\_\_\_\_ Каминський П.Д.

**ПРОГРАМА**  
**атестаційного екзамену**  
**зі спеціальності 075 «Маркетинг»**  
**ступінь: магістр**

Кривий Ріг 2018

## ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ЕКЗАМЕНУ

Проведення атестаційного екзамену має на меті перевірку рівня теоретичних знань та практичних навичок здобувачів вищої освіти (ЗВО) магістрів спеціальності 075 «Маркетинг» після вивчення навчальних дисциплін: «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент», «Маркетинговий менеджмент». Атестаційний екзамен містить теоретичну та практичну частини.

Теоретична частина представляє собою тести з обов'язкових дисциплін циклу професійної підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг»: «Стратегічне управління», «Стратегічний маркетинг», «Логістичний менеджмент», «Маркетинговий менеджмент». До теоретичної частини включено тести, в яких запропоновано чотири варіанти відповідей, з яких правильною є лише одна.

Практична частина атестаційного екзамену містить задачі з дисципліни «Стратегічний маркетинг».

Оцінка з атестаційного екзамену складається з двох частин: оцінки за теоретичну частину, що містить 90 тестових завдань (по 25 тестових завдань з навчальних дисциплін «Стратегічний маркетинг», «Стратегічне управління», по 20 – «Маркетинговий менеджмент», «Логістичний менеджмент») та оцінки за практичне завдання (розрахункові задачі).

За кожну правильну відповідь на одне тестове завдання ЗВО отримує 1 бал, розв'язання розрахункової задачі оцінюється у 10 балів.

Загальна оцінка за 100-бальною шкалою за атестаційний екзамен представляє собою суму балів, отриманих за теоретичну та практичну частину та розраховується за формулою:

$$\text{Загальна оцінка} = \text{оцінка за теоретичну частину} + \text{оцінка за практичну частину}$$

На атестаційному екзамені ЗВО мають продемонструвати:

- знання і розуміння інструментарію стратегічного маркетингу, глибокі знання та розуміння вирішувати завдання, пов'язані з плановою (в т.ч. прогнозною), аналітичною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах;
- систему знань із маркетингового менеджменту, стратегічного управління, що формують базис для здійснення ефективного стратегічного та тактичного управління діяльністю підприємства;
- здатність продемонструвати знання і розуміння специфіки управління якістю, корпоративного управління, маркетингового менеджменту, стратегічного маркетингу, логістичного менеджменту що дозволить забезпечити сучасний рівень практичної підготовки випускників до професійної діяльності у сфері маркетингу;
- глибоке уявлення про те, як науковий аналіз та рішення задач можуть бути використані для конкретних навчальних програм та поза їх межами.

Тривалість атестаційного екзамену становить 3 години. 2 години 15 хвилин відведено на тестові завдання (90 тестів по 1,5 хвилини), 45 хвилин відведено на розрахункову задачу.

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВКЛЮЧЕНІ У ТЕСТИ

### Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни «Стратегічне управління»

1. Сутність і концепція розвитку стратегічного управління
2. Концептуальні підходи до управління
3. Переваги стратегічного підходу до управління
4. Складові системи стратегічного управління
5. Модель стратегічного управління
6. Школи стратегічного управління
7. Основні моделі та методи прийняття стратегічних рішень
8. Моделі прийняття стратегічних рішень
9. Методи прийняття стратегічних рішень
10. Стратегічний аналіз і прогнозування розвитку середовища організації
11. Чинники макросередовища та мікросередовища
12. Внутрішнє середовище підприємства
13. Зміст стратегічного аналізу середовища
14. Аналіз можливостей і загроз
15. Стратегії та «стратегічний набір» в управлінні
16. Сутність стратегії, «стратегічний набір»
17. Загальні та загальноконкурентні стратегії
18. Ресурсні стратегії, функціональні стратегії
19. Комплексні стратегії фірми
20. Формування системи альтернативного стратегічного вибору
21. Поняття та методи вибору стратегічних альтернатив
22. Експертні методи в стратегічному виборі
23. Стратегічне планування в системі управління
24. Мета та принципи стратегічного планування
25. Бар'єри стратегічного планування та способи їх подолання.
26. Моделі стратегічного планування
27. Стратегічний контроль та його призначення
28. Етапи стратегічного контролю
29. Вимоги до системи стратегічного контролю
30. Види і типи стратегічного контролю

### Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни «Стратегічний маркетинг»

1. Зміст і призначення стратегії підприємства в конкурентному середовищі.
2. Сутність стратегічного маркетингу.
3. Основні категорії стратегічного маркетингу.
4. Різновиди маркетингових стратегій та їх характеристика
5. Сутність SWOT – аналізу як методу оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища.
6. Правила проведення SWOT – аналізу.
7. Аналіз маркетингових можливостей та загроз.
8. Формування матриці SWOT та розроблення відповідних стратегій
9. Маркетингові стратегії сегментування, вибору цільового ринку.
10. Характеристика процесу сегментування ринку: визначення критеріїв, факторів, стратегій.
11. Вибір цільового ринку та стратегій охоплення ринку.

12. Маркетингові стратегії позиціювання, їх застосування
13. Маркетингові стратегії диференціації та позиціювання.
14. Види маркетингової стратегії диференціації
15. Визначення товарних стратегій підприємства.
16. Характеристика товарних стратегій підприємства.
17. Вибір марочної стратегії.
18. Сутність брендинга як процесу комплексного управління торговою маркою
19. Маркетингові стратегії бізнес-портфеля фірми.
20. Завдання стратегічного маркетингу щодо управління портфелем бізнесу фірми.
21. Характеристика стратегічної моделі М. Портера.
22. Маркетингові стратегії фірми згідно з матрицею Бостонської консультативної групи.
23. Види маркетингових стратегій за матрицею Мак-Кінсі
24. Маркетингові стратегії зростання підприємства.
25. Характеристика стратегій інтенсивного зростання підприємства.
26. Інтеграційні стратегії росту, їх різновиди.
27. Диверсифікаційні стратегії зростання, їх класифікація
28. Маркетингові конкурентні стратегії.
29. Сутність конкурентних стратегій, їх класифікація.
30. Маркетингові конкурентні стратегії за А. Літлом
31. Конкурентні стратегії М. Портера.
32. Стратегії конкурентної боротьби Ф. Котлера
33. Маркетингові рішення в умовах глобалізації бізнесу.
34. Міжнародний маркетинг на сучасному етапі та основні тенденції розвитку
35. Методи міжнародної маркетингової комунікації в умовах глобалізації

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни  
**«Логістичний менеджмент»**

1. Логістичний менеджмент в системі загального менеджменту
2. Цілі логістичного менеджменту
3. Функції управління ланцюгами поставок
4. Інтеграція процесів у ланцюгу поставок
5. Інтеграція підприємств й створення структур корпоративного типу
6. Управління ланцюгами поставок
7. Логістичний аудит
8. Система логістичного обслуговування споживачів
9. Елементи обслуговування клієнта
10. Логістичний продукт і логістична послуга
11. Поняття логістичної стратегії
12. Види логістичних стратегій
13. Стратегічний комплекс логістичного управління підприємством
14. Стратегічне логістичне планування.
15. Процес моніторингу логістичного плану.
16. Аутсорсинг у системі логістичного менеджменту
17. Формування організаційної структури логістичної системи
18. Лінійно-функціональна організаційна структура управління логістикою, її переваги і недоліки
19. Дивізіональна структура управління логістикою, її переваги і недоліки.
20. Матрична структура управління логістикою
21. Аналіз логістичної діяльності, його ціль та зміст
22. Види аналізу логістичної діяльності

23. Види логістичного аудиту та їх зміст
24. Логістична система та її об'єктна декомпозиція
25. Класифікація логістичних систем
26. Основи аналізу та синтезу логістичної системи
27. Ефективність логістичної системи
28. Показники оцінювання логістичних систем
29. Сучасний ринок програмного забезпечення системи SCM
30. Інформаційні системи і технології у ланцюгу поставок

Перелік питань, що включені у тестові завдання з дисципліни  
**«Маркетинговий менеджмент»**

1. Сутність маркетингового менеджменту. Зв'язок фундаментальних положень маркетингу та менеджменту з маркетинговим менеджментом.
2. Завдання і функції маркетингового менеджменту.
3. Основні етапи процесу маркетингового менеджменту.
4. Управлінські концепції маркетингового менеджменту.
5. Основні принципи організації маркетингу на підприємстві.
6. Функції та задачі служби маркетингу на підприємстві.
7. Алгоритм створення організаційної структури маркетингу на підприємстві.
8. Типові моделі побудови організаційної структури служби маркетингу: їх переваги та недоліки.
9. Сутність та зміст маркетингового планування, його рівні.
10. Маркетингове планування, його задачі і принципи.
11. Маркетингове планування, види планів маркетингу.
12. Маркетингове планування, етапи процесу маркетингового планування.
13. Маркетингове стратегічне планування, його етапи.
14. Ситуаційний аналіз як етап маркетингового стратегічного планування.
15. Сутність стратегії.
16. Класифікація стратегій: загальні, конкурентні, функціональні.
17. Загальні стратегії підприємства: росту, стабілізації, скорочення.
18. Функціональні стратегії підприємства.
19. Характеристика стратегій розподілу продукції.
20. Функціональні стратегії підприємства.
21. Напрямки реалізації товарних стратегій.
22. Характеристика цінових стратегій підприємства.
23. Цінова еластичність попиту на товари. Управління цінами.
24. Структура маркетингової програми підприємства.
25. Методика розробки маркетингових програм.
26. Етапи вибору програми ціноутворення.
27. Структура програми просування товару.
28. Контроль маркетингової діяльності підприємства, його напрямки
29. Контролінг маркетингової діяльності підприємства
30. Маркетинговий аудит, його напрямки

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф сокр.пер. с англ. – М. Экономика, 1989. – 519 с.
1. Балабанова Л.В. Стратегічний маркетинг [Текст]: підручник : затверджено МОН України / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - К. : Центр учбової літератури, 2014. - 612 с.
2. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Знання, 2003. – 110 с.
3. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
4. Дикань В. Л. Стратегічне управління [текст] : навч. посіб./ В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.
5. Довгань Л. Є. Стратегічне управління. Навч. посіб. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. - 2-ге вид. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 440 с.
6. Балабанова Л.В. Логістика: підручник / Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. – Львів: Вид-во ПП «Магнолія 2006», 2013. – 368 с.
7. Балабанова Л.В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід: Монографія / Л.В. Балабанова, В.В. Холод.- Донецьк: ДонДУЕТ, 2006.- 294 с.
8. Виноградський М.Д. Менеджмент в організації: [навч. посіб. для студ. економ. спец. вузів] / М.Д Виноградський., А.М., Виноградський О.М. Шкалова – К.: „Кондор”, 2004. – 598с.
9. Заборська Н.К. Основи логістики: навч. посіб. / Н.К. Заборська, Л.Е. Жуковська. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 216с.
10. Зуб А. Т. Антикризисное управление: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Т. Зуб. — М.: Аспект Пресс, 2005.— 319с.
11. Економічна діагностика : навч. посіб. / Косянчук Т. Ф., Майорова Н. І., Швид В. В. – Л. : Новий Світ - 2007. - 452 с.
12. Крехівський, О. В. Входження підприємства в ринок : метод. посіб. для пром. п-в. — К. : Фенікс, 2008. — 80 с.
13. Кривов'язюк, І. В. Підприємство в умовах ринку : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. - Київ: "КОНДОР", 2009. - 840 с.
14. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / под общ. ред. д.э.н., проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М. А. Эскиндарова. - М. : КНОРУС, 2008.
15. Котельніков, Д. І. Управління підприємством. Словник-довідник юридичних термінів. – К : Кондор, 2009. – 227 с.
16. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент [текст] : навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андреева, В. В. Гриненко; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
17. Крикавський Є.В. Логістичне управління: підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005.–684 с.
18. Крикавський Є.В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. /Є.В. Крикавський, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописька. – К.: Кондор, 2006. –340с.
19. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / М. Кристофер; под общ. ред. В.С. Лукинського. – СПб.: Питер, 2004 – 316 с.
20. Корецький М. Х. Стратегічне управління. Навчальний посібник / М. Х. Корецький, А. О. Дегтяр, О. І. Дацій. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
21. Левицька, Е. В. Менеджмент підприємств за кризових умов : навч. посіб. –Л., 2007. - 176с.
22. Мишин, В. М. Исследование систем управления : учеб. для вузов. — 2-изд.,

стереотип. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 527 с. - (Серия «Профессиональный учебник: Менеджмент»).

23. Менеджмент організацій. Стратегічний менеджмент : наук.-метод. рек. щодо вивч. дисц. для студ. ОКР "Магістр" на основі баз. освіти з напрямку підготов. 8.030601 "Менеджмент" / [викон. Л. А. Полонська, О. О. Гасило, Г. В. Кривенко та ін.] . — Донецьк, 2010 . — 347 с.

24. Монастирський, Г. Л. Теорія організації : навч. посіб. — К. : Знання, 2008. — 319с.

25. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд — СПб.: Питер, 2000. — 320 с.

26. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник /В.Д. Немцов, Л.Є Довгань. — Київ, 2002. — 560 с.

27. Окландер М.А. Логістика: підручник / М.А. Окландер. — К.: Центр учбової літератури, 2008. —346 с.

28. Окландер М. О., Хромов О. П. Промислова логістика: навч. посіб. /М. О. Окландер, О.П. Хромов. — К.: Центр навч. літ-ри, 2004. — 222 с.

29. Осовська, Г. В. Менеджмент організацій. Для самостійного вивчення: навч. посіб. / Осовська Г.В., Осовський О. А. — К.: Кондор, 2009. — 378 с

30. Порохня В. М. Стратегічне управління: [навч. посіб.] / В. М. Порохня, Т. О. Безземельна, Т. А. Кравченко — К.: Це нтр учбової літератури, 2012. — 224 с.

31. Пономаренко В.С. Логістичний менеджмент : підручник / Пономаренко В.С., Таньков К.М., Лепейко Т.І.; за ред. д-ра екон. наук проф. В.С. Пономаренка. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. — 482 с.

32. Стратегічне управління корпораціями [Текст] навч. посіб. / О. М. Скібіцький, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. — К. ЦУЛ, 2016. — 480 с.

33. Стратегічне управління підприємством бізнес-курс [навч. посіб.] / О. В. Востряков, О. М. Гребешкова. — К. КНЕУ, 2012

34. Семеняк І.В. Стратегический маркетинг: [учебное пособие] / И.В. Семеняк. — Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2007. — 304 с.

35. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. / Н.В. Куденко; ред. Н.Г. Царик. —К.: КНЕУ, 2006. — 152 с.

36. Холод В.В. Стратегічний маркетинг: конспект лекцій / В.В. Холод. —Донецьк: ДонДУЕТ, 2009. — 479 с.

37. Тридід О.М. Логістичний менеджмент: навч. посіб. / О.М. Тридід, К.М. Таньков; за ред. проф., д-ра екон. наук О.М. Тридіда. — Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. — 224 с.

38. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. — 195 с.

39. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. — 252 с.

40. Шершньова З .Є. Стратегічне управління: підручник / З .Є. Шершньова. — 2-ге вид., переробл. і допов. — К.: КНЕУ, 2004 — 699 с.

41. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник / Р.А.Фатхутдинов. — СПб.: Питер, 2006. — 640 с.

42. Рульєв В. А. Менеджмент : навч. посіб. / Рульєв В. А., Гуткевич С. О. - К. : ЦУЛ , 2011. - 312 с.

43. Румянцева, З. П. Общее управление организацией. Теория и практика : учебник. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 304 с.

44. Управление организацией: Учебник / Под ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 669 с.

45. Управління організацією: Під ред. Поршнева А.Г., Румянцевої З.П., Соломатині Н.А. — 2-ге вид., перероб. і доп. — М.: ІНФРА-М, 2000. — 669 с.

46. Хомяков, В. І. Менеджмент підприємства. - 2-е вид., перероб. і доп. — К. : Кондор,

2009. - 434 с.

47. Тарнавська Н. Стратегічний менеджмент практикум / Н. Тарнавська, О. Напора. – Тернопіль Карт-бланш Київ Кондор, 2011. – 288 с.

48. Череп А. В. Стратегічне планування і управління навч. посіб . / А. В. Череп, А. В. Сучков. – Київ Кондор, 2011. – 334 с.

49. Федулова Л. І. Інноваційна економіка / Л. І. Федулова. – К. Либідь, 2006. – 478 с.



