

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії
В.о. ректора ДБТУ



Руслан ТИХОНЧЕНКО

«13» травня 2022 р.

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
для здобуття ступеня освіти магістр
на основі ступенів освіти бакалавр,
магістр/освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст

Галузь знань
Спеціальність
Освітня програма

07 «Управління та адміністрування»
073 Менеджмент
Бізнес-адміністрування

ЗМІСТ

Загальні положення.....	
1. Вимоги до рівня підготовки вступників.....	
2. Зміст фахового вступного випробування у розрізі дисциплін.....	
3. Критерії оцінювання фахового вступного випробування.....	
4. Порядок проведення фахового вступного випробування.....	
Рекомендована література.....	

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А Зразок «Екзаменаційний білет».....	
--	--

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фахове вступне випробування – форма вступного випробування для вступу на основі здобутих раніше ступенів освіти, що передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми певного рівня вищої освіти на основі здобутих раніше компетентностей.

На навчання за програмою підготовки магістра за спеціальністю 073 Менеджмент (освітня програма "Бізнес-адміністрування") можуть вступати особи, які отримали диплом бакалавра, магістра (спеціаліста) з відповідної або іншої спеціальності та продемонстрували достатній рівень знань з тем, перелік яких винесено для оцінювання підготовленості вступника для здобуття вищої освіти.

Для проведення конкурсних фахових вступних випробувань на навчання на здобутих раніш ступенів освіти бакалавр, магістр; освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліст, наказом ректора ДБТУ створюються фахові атестаційні комісії, діяльність яких регламентується Положенням про приймальну комісію вищого навчального закладу, затверджених наказом Міністерства освіти і науки України від 15 жовтня 2015 року № 1085 та зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 4 листопада 2015 року за № 1351/27796.

Фахове вступне випробування проводиться фаховою атестаційною комісією за програмою, затвердженою ректором ДБТУ.

Програма фахового вступного випробування складена для вступників, які вступають на навчання до Державного біотехнологічного університету за освітньо-професійною програмою магістр за спеціальністю 073 Менеджмент та передбачає оцінку базових знань осіб, що мають здобутий освітній ступінь бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста, за темами фахових дисциплін, які дають можливість оцінити загальний рівень підготовки вступників до навчання за спеціальністю 073 Менеджмент.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань вступників під час вступу на навчання за ступенем освіти магістр за спеціальністю 073 Менеджмент.

Мета вступного фахового випробування полягає в комплексній перевірці знань вступників, отриманих ними в результаті вивчення дисциплін та оцінці відповідності цих знань вимогам до навчання за ступенем магістр на спеціальність 073 Менеджмент та допуску до участі у конкурсному відборі.

Умови проведення вступних випробувань. Фахові вступні випробування проводяться в усній формі, у вигляді іспиту, в підготовленій аудиторії. Іспит в усній формі проводиться не менше, ніж двома членами комісії з кожним вступником, яких призначає голова фахової комісії згідно з розкладом у день іспиту. Під час іспиту члени комісії відмічають правильність відповідей в аркуші усної відповіді, який по закінченні іспиту підписується вступником та членами

відповідної комісії. Інформація про результати іспиту оголошується вступникові в день його проведення.

Змістовно-методичне забезпечення вступних випробувань здійснюють науково-педагогічні працівники профільних кафедр.

1. ВИМОГИ ДО РІВНЯ ПІДГОТОВКИ ВСТУПНИКІВ

До проходження фахового вступного випробування допускаються вступники, які виконали повністю навчальний план за освітніми ступенями бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста й отримали диплом за відповідною або іншою спеціальністю.

Вступник повинен знати:

- термінологію, що стосується основних понять за фахом;
- інноваційні концепції та системи управління;
- функції, методи, технології управління бізнесом та адміністрування;
- основний інструментарій управління ключовими функціональними сферами діяльності підприємства – фінансами, маркетингом, операційною, логістичною діяльністю, управління персоналом тощо;
- сутність механізмів стратегічної взаємодії функціональних підрозділів компанії;
- особливості розвитку особистих управлінських, комунікативних, лідерських навичок.

Вступник повинен вміти:

- вільно володіти термінологією за фахом;
- застосовувати загальнонаукові та специфічні методи дослідження;
- використовувати методики, технології та інструменти менеджменту (стратегічне управління, управління розвитком бізнесу, проектне управління, корпоративне управління тощо);
- застосовувати новітні інформаційно-комунікаційні технології, що використовуються в управлінні та адмініструванні;
- ідентифікувати та вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері управління бізнесом.

2. ЗМІСТ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ У РОЗРІЗІ ДИСЦИПЛІН

Програма фахового вступного випробування для зарахування на навчання за ступенем освіти магістр за спеціальністю 073 Менеджмент містить основні питання за наступними темами:

1. Макроекономічні показники в системі національних розрахунків.
2. Макроекономічна нестабільність.
3. Ринок праці.
4. Безробіття та інфляція.
5. Товарний ринок.
6. Сукупний попит і сукупне пропонування.
7. Грошовий ринок.
8. Споживання, заощадження та інвестиції.
9. Споживання домогосподарств.
10. Сукупні витрати і ВВП.
11. Моделі макроекономічної рівноваги.
12. Економічна динаміка.
13. Держава в системі макроекономічного регулювання.
14. Монетарна та фіскальна макроекономічна політика.
15. Глобальні проблеми сучасності.
16. Зовнішньоекономічна діяльність.
17. Підприємство в умовах ринку: сутність та фактори, які обумовлюють діяльність.
18. Види економічних ресурсів та їх обмеженість.
19. Теорія граничної корисності та поведінки споживача.
20. Ординалістська теорія поведінки споживача.
21. Аналіз поведінки споживача.
22. Попит, пропозиція, їх взаємовідносини.
23. Мікроекономічна модель підприємства.
24. Варіації факторів виробництва та оптимум товаровиробника.
25. Витрати виробництва.
26. Ринок досконалої конкуренції.
27. Монопольний ринок.
28. Олігополія та монополістична конкуренція.
29. Ринок факторів виробництва.
30. Загальна ринкова рівновага та економіка добробуту.
31. Інституціональні аспекти ринкового господарства.
32. Підприємство і підприємництво.
33. Особливості функціонування підприємств промислового комплексу.
34. Управління підприємствами.

- 35.Персонал, продуктивність, мотивація та оплата праці.
- 36.Необоротні та оборотні активи підприємств.
- 37.Інвестиційні ресурси.
- 38.Інноваційні процеси на підприємстві.
- 39.Техніко-технологічна база виробництва та інфраструктура підприємств.
- 40.Організація виробництва.
- 41.Управління виробництвом товарів, у тому числі екологічного призначення.
- 42.Регулювання, прогнозування і планування діяльності підприємства.
- 43.Попит, виробництво, якість і конкурентоспроможність продукції.
- 44.Валові витрати і ціни на продукцію.
- 45.Фінансово-економічні результати і ефективність діяльності підприємства.
- 46.Економічна безпека та антикризова діяльність підприємств.
- 47.Реструктуризація і санація підприємств.
- 48.Банкрутство і ліквідація підприємств.
- 49.Управління фінансами підприємства.
- 50.Поняття і сутність менеджменту.
- 51.Розвиток науки менеджменту.
- 52.Прийняття управлінських рішень.
- 53.Планування в організації.
- 54.Організація як функція управління.
- 55.Організаційне проектування.
- 56.Мотивація.
- 57.Управлінський контроль.
- 58.Лідерство.
- 59.Комунікації в системі менеджменту організації.
- 60.Ефективність управління організацією в умовах інноваційного розвитку.
- 61.Сутність маркетингу та його сучасна концепція.
- 62.Система і характеристики сучасного маркетингу.
- 63.Маркетингові дослідження.
- 64.Маркетингова товарна політика (інноваційні аспекти).
- 65.Планування та виведення на ринок нових товарів, у т.ч. екологічного призначення.
- 66.Маркетингова цінова політика.
- 67.Методи маркетингового ціноутворення.
- 68.Маркетингова політика комунікацій.
- 69.Комплекс маркетингових комунікацій.
- 70.Маркетингова політика розподілу.
- 71.Управління каналами розподілу.
- 72.Організація та контроль маркетингової діяльності.
- 73.Сутність та основні розділи бізнес-плану.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Оцінюванні знань абітурієнтів проводиться за прийнятою в університеті під час вступної кампанії 200-бальною шкалою. Мінімальна сума балів, що необхідно набрати для зарахування, складає 100 бала.

Пакет екзаменаційних матеріалів містить 20-25 варіантів завдань, кожне з яких включає 40 тестів рівного рівня складності. Завдання 1-40 мають по чотири варіанти відповідей, які позначені літерами: а, б, в, г, з яких лише одна правильна.

Виконання кожного завдання з вибором однієї правильної відповіді оцінюється 5 балами, невірної відповіді – 0 балів.

Набрана сума балів виставляється в екзаменаційну відомість та екзаменаційний лист абітурієнта.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Фахове вступне випробування проводиться у формі усного іспиту. Для проведення вступного випробування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробування ухвалюється рішенням приймальної комісії, про що складається відповідний протокол.

Для проведення вступного випробування головами фахових атестаційних комісій попередньо готуються екзаменаційні білети відповідно до «Програми фахового вступного випробування». Програма фахового вступного випробування оприлюднюється на веб-сайті Університету.

Фахове вступне випробування проводиться у строки, передбачені Правилами прийому до ДБТУ.

На іспит вступник з'являється з документом, який посвідчує особу (паспорт громадянина України у вигляді книжечки, ID-картка), при пред'явленні якого він отримує екзаменаційний лист, завдання (екзаменаційний білет). Екзаменаційний білет містить завдання з тем, вказаних у програмі фахового вступного випробування. Тривалість іспиту – 2 астрономічні години. Користуватися при підготовці друкованими, електронними або іншими інформаційними засобами забороняється.

При підготовці відповіді використовуються листи відповіді, які зберігаються після випробування в особовій справі вступника.

Результати випробування оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів за правилами, вказаними в розділі «Критерії оцінювання фахового вступного випробування» і відмічаються у «Листі усної відповіді». Рівень знань вступника за результатами іспиту заноситься також до екзаменаційної відомості і підтверджується підписами голови та членів комісії. Відомість оформляється одночасно з «екзаменаційним листом» вступника і передається до приймальної комісії в день складання фахового вступного випробування.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка : підручник. У 2-х кн. Кн.1 : Вступ до аналітичної економії. Макроекономіка / За ред. С.М. Панчишина, П.І Острове́рха. – К. : Знання, 2009. – 723 с.
2. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка : підручник. У 2-х кн. Кн.2 : Мікроекономіка / За ред. С.М. Панчишина, П.І. Острове́рха. – К. : Знання, 2010. – 437 с.
3. Мікроекономіка : навчальний посібник / О.І. Пономаренко та ін. – К. : Вища школа, 2004. – 324 с.
4. Панчишин С.М. Макроекономіка : навчальний посібник / С.М. Панчишин. – К. : Либідь, 2002. — 238 с.
5. Бізнес-адміністрування: магістерський курс : підручник / Ред.: Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2009. – 896 с.
6. Економіка підприємства : збірник тестів і задач : навчальний посібник / А.В. Шегда та ін. – К. : ЦУЛ, 2010. – 390 с.
7. Іванілов, О. С. Економіка підприємства : підручн. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.С. Іванілов. – К. : ЦУЛ, 2009. – 728 с.
8. Покропивний, С. Ф. Економіка підприємства : підручник / М.Г. Грещак, В.М. Колот, А.П. Наливайко та ін.; за заг. ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2008. – 528 с.
9. Сідун, В. А. Економіка підприємства : навч. посіб. / В.А. Сідун, Ю.В. Пономарьова – К. : ЦНЛ, 2006. – 432 с.
10. Дудар Т.Г. Менеджмент: навч. Посібник / Т.Г. Дудар. – К.: ЦУЛ, 2012. – 336 с.
11. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посібник / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
12. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основи менеджменту : Підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-ге вид., випр., доп. – К.: „Академвидав”, 2007. – 464 с.
13. Пилипенко А.А. Менеджмент: підручник / А.А. Пилипенко, С.М. Пилипенко, І.П. Отенко. – Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2005. – 456 с.
14. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / За ред. С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2009. – 1134 с.
15. Зозулєв А. В. Маркетинг : навч. пос. / А. В. Зозулев, Н. С. Кубишина. – К. : Знання, 2011. – 421 с.
16. Маркетинг : підручник / За ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.
17. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник / Л.В. Балабанова. - 2-ге вид., перероб. і допов. – К.: Знання – Прес, 2010. – 512 с.

18.Турченко М.О. Маркетинг : Підручник. Затверджено МОН / М.О. Турченко, М.Д. Швець – К.: Знання, 2011. – 318 с.

ДОДАТКИ

Зразок «Екзаменаційний білет»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії,
в.о. ректора ДБТУГолова фахової атестаційної
комісії_____ Тихонченко Р.С.
«_____» _____ 2022 р.

_____ проф. Т.В. Андросова

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1**фахового вступного іспиту**Ступінь освіти магістрСпеціальність 073 МЕНЕДЖМЕНТОсвітня програма «БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ»

Кожне тестове завдання 1-40 має чотири варіанти відповідей, які позначені літерами: а,б,в,г, з яких лише ОДНА ПРАВИЛЬНА.

Оберіть правильну, на Вашу думку, відповідь та обведіть кружком відповідну літеру. Завдання вважається виконаним правильно, якщо біля вірної відповіді у тестовому завданні стоїть лише одна позначка. Інші варіанти зараховуються як не вірні.

За кожну правильну відповідь на тестове завдання нараховується 5 балів, за невірну – 0 балів. Максимальна кількість балів за вірно виконане завдання 200 балів.

1. Макроекономіка визначається як галузь економічної теорії, яка вивчає:

- а) роль держави в економіці;
- б) глобальні тенденції економічного розвитку людства;
- в) процеси, які відбуваються в національній економіці у цілому;
- г) ті ж проблеми, що і політична економія в первісному розумінні цього терміну.

2. Сектором СНР є:

- а) приватні підприємства;
- б) державні підприємства;
- в) фінансові установи;
- г) змішані підприємства.

3. Якщо виникає загальне падіння попиту в економіці, то:

- а) фактичне безробіття більше за природне;
- б) циклічне безробіття більше фактичного;

- в) фактичне безробіття менше від природного;
- г) фактичне безробіття дорівнює природному.

4. Який із запропонованих варіантів найбільш повно розкриває суть поняття «гранична схильність до споживання»:

- а) крива, що характеризує величину споживчих витрат за даного рівня доходу;
- б) зміна у споживчих витратах, викликана зростанням доходу;
- в) відношення приросту споживчих витрат на одиницю приросту національного доходу;
- г) відношення сукупного споживання до сукупного попиту.

5. Рівноважний ВВП визначається методом:

- а) виробничим;
- б) видатків;
- в) доходів;
- г) усі відповіді помилкові.

6. «Шокова терапія» не передбачає заходів з боку держави:

- а) скорочення податкових ставок;
- б) подорожчання кредиту;
- в) зменшення середніх витрат виробництва;
- г) зменшення витрат на соціальні програми.

7. Політика протекціонізму впроваджується урядом з метою:

- а) захисту національних виробників від іноземної конкуренції;
- б) скорочення споживання імпортованих товарів;
- в) запобігання демпінгу;
- г) усі відповіді вірні.

8. Найбільш суттєвий фактор економічного зростання – це:

- а) технологічні зміни в виробництві;
- б) збільшення об'єму капіталу;
- в) збільшення кількості зайнятих в виробництві;
- г) економічна політика держави.

9. Розміщення виробничих ресурсів у ринковій економіці здійснюється переважно через механізм:

- а) переговорів;
- б) авторитету;
- в) конкуренції;
- г) цін.

10. Максимум задоволення загальної корисності досягається, коли:

- а) гранична корисність дорівнює нулю;
- б) гранична корисність має максимальне значення;
- в) гранична корисність має мінімальне значення;
- г) правильна відповідь відсутня.

11. Набори благ, що мають однакову корисність:

- а) належать одній кривій байдужності;
- б) лежать на одній кривій Енгеля;
- в) лежать на одній і тій же кривій попиту;
- г) повинні знаходитися на лінії бюджетного обмеження.

12. Масовий попит на сертифікати B2B Jewelry пояснюється:

- а) ефектом потягу;
- б) ефектом сноба;
- в) ефектом Веблена;
- г) спекулятивним попитом.

13. Як правило надлишок пропозиції:

- а) підвищує ціну;
- б) знижує ціну;
- в) не впливає на ціну;
- г) стимулює споживчий попит.

14. Яка з наведених ознак є характерною тільки для корпорації:

- а) залучення до управління фахівців-менеджерів;
- б) поділ прибутку між всіма власниками фірми;
- в) виплата дивідендів;
- г) використання найманої праці.

15. Закон спадної граничної продуктивності у довгостроковому періоді:

- а) не застосовний, оскільки всі ресурси змінні;
- б) застосовується лише щодо капіталу;
- в) не застосовний, оскільки описує динаміку обсягу виробництва, пов'язану із інтенсивнішим використанням фіксованих виробничих потужностей;
- г) правильні відповіді а) та в).

16. Точка торкання мінімуму кривої середніх витрат та кривої попиту показує, що:

- а) прибуток максимальний ;
- б) нормальний прибуток дорівнює нулю;
- в) бухгалтерський прибуток дорівнює нулю;
- г) фірма знаходиться у стані збитковості.

17. Виробничі фонди підприємства поділяються на основні та оборотні залежно від:

- а) тривалості кругообігу;
- б) способу перенесення своєї вартості в процесі виробництва;
- в) умов оновлення;
- г) усі відповіді правильні.

18. Головною особливістю нематеріальних ресурсів є:

- а) відсутність можливості визначення загального конкретного розміру користі, вигоди, яку вони дають підприємству;
- б) короткий життєвий цикл;
- в) неможливість забезпечення їхнього правового захисту;
- г) їх обов'язкова наявність на будь-якому підприємстві.

19. Оборотні фонди підприємства – це:

- а) сукупність матеріально-речових цінностей, що одноразово беруть участь у процесі виробництва і цілком переносять свою вартість на вартість виготовленої продукції;
- б) частина виробничих фондів підприємства, що проходить три стадії кругообігу (грошову, виробничу і товарну) у кожному технологічному циклі виготовлення продукції;
- в) предмети та засоби праці, термін експлуатації яких не перевищує 1 рік;
- г) усі відповіді вірні.

20. Сукупність постійних працівників, що мають необхідну професійну підготовку та певний досвід практичної діяльності – це:

- а) трудовий колектив;
- б) персонал підприємства;
- в) кадри підприємства;
- г) трудовий потенціал.

21. Відповідно до Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це:

- а) абсолютна сума коштів, отриманих працівником пропорційно до кількості і якості своєї праці;
- б) винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу;
- в) встановлений державою розмір оплати праці, нижче якого не може здійснюватися оплата за фактично виконану роботу;
- г) винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за трудові успіхи, винахідливість, особливі умови праці.

22. Виробнича програма підприємства – це:

- а) стратегічний план виробництва продукції підприємства;
- б) система планових завдань із виробництва й доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості та у встановлені строки згідно з договорами поставок;
- в) встановлення обсягів, термінів виробництва окремих видів продукції;
- г) обчислення планового обсягу випуску продукції, що поставляється на зовнішній ринок;
- д) план ресурсного забезпечення виробництва продукції підприємства.

23. Собівартість продукції являє собою:

- а) усі види виплат підприємства постачальникам за ті ресурси, що були використані;
- б) грошові платежі постачальникам ресурсів: оплати сировини, палива, заробітну плату, амортизаційні відрахування;
- в) грошовий вираз витрат на виробництво та реалізацію продукції.
- г) усі відповіді правильні.

24. Дохід підприємства – це виручка:

- а) отримана від реалізації матеріальних цінностей підприємства та послуг невиробничого характеру;
- б) підприємства від реалізації продукції, послуг та виконання робіт без урахування податку на додану вартість та акцизного збору;
- в) від реалізації виготовленої підприємством продукції;
- г) усі відповіді правильні.

25. Що таке менеджмент з функціональних позицій?

- а) процес планування, організації, контролю, регулювання;
- б) процес планування, організації, мотивації, контролю, які необхідні для досягнення певної мети;
- в) процес планування, організації, мотивації;
- г) процес організації і контролю.

26. Що слід розуміти під місією організації?

- а) основні завдання організації;
- б) основні функції організації;
- в) основний напрямок діяльності;
- г) чітко виражену причину існування.

27. Що слід розуміти під органіграмою організаційної структури управління?

- а) зв'язки між органами управління;
- б) побудову зв'язків між окремими ланками управління;
- в) схематичне відображення структури управління, всіх зв'язків, що існують між органами управління;
- г) відображення взаємовідносин між керуючою і керованою підсистемами.

28. Які загальні показники використовуються найчастіше для визначення ефективності будь-якої організаційної структури управління?

- а) рівень виконання виробничих завдань;
- б) рівень виконання запланованих прибутків;
- в) рівень досягнення цілей організації;
- г) рівень виконання основних завдань та цілей організації.

29. Процесуальні концепції мотивації працівників організацій враховують:

- а) групову поведінку людей в процесі виконання своїх функцій;
- б) індивідуальну поведінку людей в процесі виконання своїх функцій;
- в) поведінку окремих працівників в процесі виконання своїх функцій;
- г) поведінку всіх працівників організації.

30. Теорія мотивації персоналу розглядає дві основні групи концепцій мотивації:

- а) змістовні і організаційні;
- б) змістовні і процесуальні;
- в) процесуальні і матеріально-грошові;
- г) змістовні і грошові.

31. В основі керівництва організацією лежать такі основні категорії менеджменту:

- а) лідерство і вплив;
- б) лідерство, вплив, влада;
- в) влада і лідерство;
- г) вплив і влада.

32. Що лежить в основі будь-якого конфлікту?

- а) ситуація, яка включає протилежні цілі та засоби досягнення;

- б) ситуація, яка включає протилежні позиції сторін з якогось питання, або протилежні цілі чи засоби їх досягнення в певних обставинах;
- в) ситуація, яка включає протилежні позиції сторін;
- г) ситуація, яка включає протилежні позиції різних сторін з якогось питання.

33. Виберіть найбільш повне визначення маркетингу:

- а) маркетинг – система принципів, методів та мір, що базуються на комплексному вивченні попиту споживачів та цілеспрямованому формуванні пропозиції послуг виробником;
- б) маркетинг – вид людської діяльності, що направлений на задоволення нужд та потреб шляхом обміну;
- в) маркетинг – підприємницька діяльність, що керує просуванням товарів та послуг від виробника до споживача або користувача;
- г) маркетинг – діяльність що спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів.

34. Споживчий ринок представлено:

- а) виробниками товарів й посередниками, що купують товари друг у друга;
- б) виробниками товарів й державними установами;
- в) фізичними особами й домогосподарствами;
- г) торговельними посередниками, що купують та продають з вигодою для себе.

35. Для здійснення угоди необхідно дотримання наступних основних умов:

- а) наявність, щонайменш двох вартісно-значущих об'єктів;
- б) погоджено час та місце вчинення;
- в) кожна з сторін повинна бути спроможна здійснювати комунікацію та доставку свого товару;
- г) все вище перелічене.

36. Референтні групи – це:

- а) друзі та продавці;
- б) колеги та сім'я;
- в) сусіди та друзі;
- г) прохожі та артисти.

37. Товар – це:

- а) річ, що забезпечує комфортні умови існування;
- б) продукт або дія, що володіє корисністю й призначене для продажу;
- в) продукт власного виробництва, спожитий у своєму домашньому господарстві;
- г) все, що можна придбати за кошти.

38. Торговельно-збутова логістика – це:

- а) керування транспортуванням і складуванням товарів на основі економетричного моделювання й комп'ютеризації;
- б) галузь логіки;
- в) галузь математики;
- г) наука про планування, організацію, управління, контроль і регулювання рухом матеріальних, інформаційних потоків у просторі та часі.

39. Розробка товару полягає:

- а) у створенні технологічного проекту товару;
- б) в ухваленні рішення про випуск товару, що поєднує технологічні, економічні і маркетингові дії;
- в) у діяльності органів нагляду за якістю товарів;
- г) все вище перелічене.

40. Канал непрямого маркетингу:

- а) передбачає участь посередників;
- б) не передбачає участі посередників;
- в) передбачає відсутність відносин купівлі-продажу;
- г) нічого з переліченого.

Голова фахової атестаційної комісії _____ Т.В. Андросова _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Кількість балів _____
(цифрами і прописом)

Екзаменатор _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Екзаменатор _____
(підпис) (прізвище, ініціали)