

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії
В.о. ректора ДБТУ

А.І. Кудряшов

«25» березня 2025 р.

ПРОГРАМА

фахового вступного випробування
для здобуття ступеня освіти Бакалавр
на основі НРК6 (НРК7)

Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг

Харків 2025

ЗМІСТ

Загальні положення.....	3
1. Вимоги до рівня підготовки вступників.....	5
2. Зміст фахового вступного випробування у розрізі дисциплін.....	6
3. Критерії оцінювання фахового вступного випробування.....	7
4. Порядок проведення фахового вступного випробування.....	8
Рекомендована література.....	9
ДОДАТОК Зразок «Екзаменаційний білет».....	10

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Вступ на основі (основа вступу) - раніше здобутий освітній (освітньо-кваліфікаційний) рівень або освітній ступінь та відповідний рівень Національної рамки кваліфікацій (далі - НРК), на основі якого здійснюється вступ для здобуття ступеня вищої освіти.

Фаховий іспит - форма вступного випробування для вступу на основі НРК6 (НРК7), яка передбачає перевірку здатності до опанування освітньої програми певного рівня вищої освіти на основі здобутих раніше компетентностей.

На навчання за програмою підготовки бакалавра за спеціальністю D5 Маркетинг (освітня програма Маркетинг) можуть вступати особи, які отримали диплом бакалавра (спеціаліста, магістра) (НРК6, НРК 7) 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, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 15 жовтня 2015 року № 1085 та зареєстрованого 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 бакалавр за спеціальністю D5 Маркетинг та передбачає оцінку базових знань осіб, що мають здобутий освітній ступінь Бакалавра (Магістра), освітньо-кваліфікаційний рівень Спеціаліст, за темами фахових дисциплін, які дають можливість оцінити загальний рівень підготовки вступників до навчання за спеціальністю D5 Маркетинг.

Програма визначає перелік питань, обсяг, складові та технологію оцінювання знань вступників під час вступу на навчання за ступенем освіти бакалавр за спеціальністю D5 Маркетинг.

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 бакалавр на спеціальність D5 «Маркетинг» та допуску до участі у конкурсному відборі.

Умови проведення вступних випробувань. Фахові вступні випробування проводяться в усній формі, у вигляді іспиту очно або дистанційно. 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 складання іспиту очно члени комісії відмічають правильність відповідей в аркуші усної відповіді, який по закінченні іспиту підписується вступником та членами відповідної комісії. Складання

іспиту у дистанційній формі відбувається із застосуванням платформ Zoom (Google Meet). 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 освітнім ступенем бакалавра (магістра) або освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста й отримали диплом за відповідною або іншою спеціальністю.

Вступник повинен знати:

- термінологію, що стосується основних понять за фахом;
- принципи, функції та концепції маркетингу;
- види маркетингу;
- системний підхід до діяльності підприємства в маркетинговому середовищі
- методологію та напрямки маркетингових досліджень;
- особливості вивчення потреб та поведінки споживачів;
- критерії сегментування ринку та вибору його цільових сегментів;
- методику позиціонування підприємства на ринку;
- складові комплексу маркетингу підприємства;
- організаційні структури маркетингу та особливості їх побудови;
- управління маркетингом на підприємстві.

Вступник повинен вміти:

- вільно володіти термінологією за фахом;
- застосовувати нормативну базу маркетингової діяльності в Україні;
- аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;
- володіти методикою дослідження макро- та мікроринкового середовища підприємства;
- діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості;
- демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта;
- застосовувати підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучке адаптування до змін маркетингового середовища;
- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

2. ЗМІСТ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ У РОЗРІЗІ ДИСЦИПЛІН

Програма фахового вступного випробування для зарахування на навчання за ступенем освіти бакалавр за спеціальністю D5 Маркетинг містить основні питання за наступними темами:

1. Сутність та основні поняття маркетингу.
2. Концепції маркетингу.
3. Види маркетингу.
4. Ринок і його складові.
5. Маркетингове середовище.
6. Маркетингові дослідження.
7. Вивчення потреб споживачів.
8. Сегментація ринку.
9. Планування маркетингової діяльності підприємства.
10. Маркетингова товарна політика.
11. Життєвий цикл товару.
12. Цінова політика.
13. Маркетингова політика розподілу.
14. Маркетингова комунікаційна політика.
15. Управління маркетингом на підприємстві.

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Результати фахового вступного випробування обчислюються (за шкалою від 100 до 200):

$$P=P1+P2+P3,$$

де P1 – оцінка за перше питання (за шкалою 0-60).

P2 – оцінка за друге питання (за шкалою 0-60).

P3 – оцінка за третє питання (за шкалою 0-80).

Результати фахового вступного випробування оцінюються за шкалою від 100 до 200 балів з урахування рівнів підготовки:

У разі отримання результату фахового вступного випробування від 0 до 99 іспит вважається таким, який не складено і вступник до участі у конкурсному випробуванні не допускається.

Оцінювання рівня підготовки, тобто знань і умінь вступника, відбувається на підставі наступних критеріїв:

1. Правильність відповіді;
2. Ступінь усвідомлення програмного матеріалу;
3. Вміння користуватись засвоєним матеріалом.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕННЯ ФАХОВОГО ВСТУПНОГО ВИПРОБУВАННЯ

Фахове вступне випробування проводиться у формі усного іспиту очно або дистанційно. Для проведення вступного випробування формуються окремі групи вступників в порядку надходження (реєстрації) документів. Список допущених до вступного випробування ухвалюється рішенням приймальної (відбіркової) 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 іспиті вступник повинен пред'явити, який посвідчує особу (паспорт громадянина України у вигляді книжечки, ID-картка), при пред'явленні якого він завдання (екзаменаційний білет). Екзаменаційний білет містить завдання з тем, вказаних у програмі фахового вступного випробування. Тривалість іспиту – до 2 астрономічних годин. Користуватися при підготовці друкованими, електронними або іншими інформаційними засобами забороняється.

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

Розробив: к.е.н., доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом І.Ю. Тарасов

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Заруба В.Я., Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібної торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 106 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
3. Крикавський Є.В., Мороз Л.А., Калинець К.С. Маркетингова політика комунікацій. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 136 с.
4. Мелушова І.Ю., Олініченко К.С., Тарасов І.Ю. Маркетинг: опорний конспект лекцій для студентів спеціальності 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 073 «Менеджмент», 051 «Економіка», 056 «Міжнародні економічні відносини». Харків: ХДУХТ, 2018. 50 с.
5. Олініченко К.С., Прядко О.М. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2020, 89 с.
6. Пахуча Е.В., Шелудько Р.М., Білоусько Т.Ю. Маркетинг: навч. посіб. для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальностей: 051 «Економіка», 073 «Менеджмент», 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 242 «Туризм», 281 «Публічне управління та адміністрування», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування». Харків: Тім Пабліш Груп, 2020. 300 с.
7. Савицька Н.Л., Прядко О.М. Управління попитом. Харків: ХДУХТ, 2016. 197 с.
8. Савицька Н.Л. та ін. Маркетинг промислового підприємства: навч.-метод. посібник. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2017. 104 с.
9. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Харків: Видавництво Іванченка І. С. 2017. 214 с.
10. Тарасов І.Ю. Навчально-методичний посібник у структурно-логічних схемах «Паблік рилейшнз» для студентів спец. 7.050108 усіх форм навчання. Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2015. 100 с.

Зразок «Екзаменаційний білет»

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний біотехнологічний університет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії
В.о. ректора ДБТУ

_____ А.І.Кудряшов

«_____» _____ 2025 р.

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Спеціальність D5 «Маркетинг»
Освітня програма (за необхідності) D5 «Маркетинг»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1
фахового вступного іспиту

1. Суть, визначення та види маркетингу.
2. Поняття та сутність марочних товарів. Роль та значення упаковки у маркетинговій діяльності та її вплив на споживчу поведінку.
3. Ситуаційне завдання. В результаті маркетингових досліджень передбачається збільшення частки фірми на ринку з 14% до 18% при місткості ринку 52 тис. од. продукту. Розрахувати додатковий прибуток фірми у майбутньому році, якщо прибуток на один виріб складає 1400 грн., а місткість ринку не змінюється. Витрати на маркетингові зусилля у розрахунку на рік складають 65 тис. грн.

Розробив голова фахової атестаційної комісії к.е.н., доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом І.Ю. Тарасов