

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА**  
**Економічний факультет**

Затверджено  
на засіданні вченої ради  
економічного факультету  
протокол № 2 від 24.02.2017 р.  
Голова вченої ради  
економічного факультету

---

О. І. Давидов

**ПРОГРАМА**  
**комплексного кваліфікаційного атестаційного екзамену з фаху**

**Галузь знань – 0305 – Економіка та підприємництво**

**Спеціальність – 8.03050701 – Маркетинг**

Затверджено  
на засіданні кафедри маркетингу  
та менеджменту  
зовнішньоекономічної  
діяльності  
протокол № 7 від 23.02.2017 р.  
Зав.кафедри маркетингу  
та менеджменту  
зовнішньоекономічної  
діяльності

---

В.А.Євтушенко

### **Укладачі:**

Євтушенко В. А. – к.е.н., доц., зав.кафедри маркетингу та менеджменту ЗЕД

Євтушенко Г. В. – к.е.н., доц. кафедри маркетингу та менеджменту ЗЕД

Мангушев Д. В. – к.е.н., доц. кафедри маркетингу та менеджменту ЗЕД

Мозгова Г. В. – к.е.н., доц. кафедри маркетингу та менеджменту ЗЕД

## ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ

Атестація виконується за нормативними навчальними дисциплінами професійного циклу спеціальності «Маркетинг»:

1. Стратегічний маркетинг
2. Рекламний менеджмент
3. Логістичний менеджмент
4. Маркетинговий менеджмент

Форма атестації – теоретичні тестові запитання закритої форми з множинним вибором і практичні тестові завдання з одиничним вибором.

Структура екзаменаційного білету: завдання на оцінку рівня теоретичних знань (питання по теорії); завдання на оцінку професійних вмінь та навичок (розрахунково-аналітичні завдання).

### **1. Навчальна дисципліна «Стратегічний маркетинг»**

**Мета:** формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок управління стратегічною маркетинговою діяльністю підприємства.

**Завдання:** надання студентам знань про сутність і сферу стратегічного маркетингу, зміст маркетингового середовища та його вплив на стратегічну діяльність підприємства; формування практичних навичок маркетингового стратегічного аналізу і розроблення маркетингових стратегій підприємства.

**Предмет:** методи і процеси стратегічної маркетингової діяльності підприємства.

**Зміст дисципліни** розкривається в темах:

1. Сутність, сфера і процес стратегічного маркетингу
2. Формування місії підприємства
3. Маркетингові цілі підприємства
4. Сутність маркетингового стратегічного аналізу
5. Маркетингове середовище підприємства
6. Маркетинговий стратегічний аналіз галузі
7. Маркетинговий матричний аналіз
8. Сутність і характерні риси маркетингової стратегії підприємства
9. Формулювання стратегій маркетингу
10. Формулювання маркетингових корпоративних стратегій
11. Формулювання маркетингових конкурентних стратегій
12. Контроль стратегічної маркетингової діяльності

## Література

### Основна

1. Євтушенко В. А. Стратегічний маркетинг : навчально-методичний посібник для студ. спец. 7.03050701, 8.03050701 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. – Х: ХНУ, 2012. – 125 с.

### Додаткова

2. Маркетинг [Текст] : підручник / В. Руделіус, О.М. Азарян, В.А. Євтушенко, О.А. Виноградов та ін. – К.: Навч.-метод. центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648 с.

3. Маркетинг для магістрів : навчальний посібник / [за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. – 928 с.

4. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія; за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.

5. Семеняк І.В. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник. – Х: ХНУ, 2008. – 210 с.

## 2. Навчальна дисципліна «Рекламний менеджмент»

**Мета:** формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок у галузі управління рекламною діяльністю.

**Завдання:** вивчення методів і механізмів управління рекламною діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки, формування навичок оцінювання ефективності рекламної діяльності.

**Предмет :** методи та інструментарій управління рекламною діяльністю підприємства.

**Зміст дисципліни** розкривається в темах:

1. Сутність і сфера рекламного менеджменту
2. Класифікація реклами
3. Психологічні основи рекламного менеджменту
4. Дослідження рекламного ринку
5. Координація діяльності суб'єктів рекламного бізнесу
6. Планування рекламних кампаній
7. Управління розробленням рекламної ідеї
8. Медіапланування
9. Управління корпоративною репутацією
10. Оцінювання ефективності рекламної діяльності підприємства

## Література

### Основна

1. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – 2-ге вид. доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с.

### **Додаткова**

2. Божкова В.В Реклама та стимулювання збуту : навчальний посібник / В.В. Божкова, Ю.М.Мельник - К. : ЦУЛ, 2009. - 200 с.
3. Владимирська Г.О. Реклама : навчальний посібник / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський - К. : Кондор, 2006. - 334 с.
4. 3. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність / Б.А. Обритько – К. : МАУП, 2002. – 240 с.
5. Владимирська Г.О. Реклама : навчальний посібник / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський - К. : Кондор, 2006. - 334 с.
6. Владко І. Л. Торгова марка: одержуємо свідоцтво та опубліковуємо його / І. Л. Владко. – К. : Грамота, 2007. – 564 с.
7. Герасимчук В. П. Макетинг : теорія і практика : навч. посібник / В. П. Герасимчук. – К. : Вища школа, 2005. – 327 с.
8. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетингу. – К.: Студцентр, 2008. – 608 с.

### **3. Навчальна дисципліна «Логістичний менеджмент»**

**Мета:** формування у студентів знань з питань формування принципів проектування та реалізації стратегічних підходів до логістичного управління як найважливішої загальної стратегії управління підприємствами.

**Завдання:** засвоєння теоретичних основ логістики промислового підприємства; оволодіння методологічними основами логістики промислового підприємства; засвоєння механізму формування стратегії логістичного менеджменту промислового підприємства; засвоєння теоретичних основ та механізму взаємодії логістичного менеджменту з маркетингом; засвоєння організаційних засад логістичного менеджменту в управлінні діяльністю промислового підприємства; оволодіння основами промислової логістики; оволодіння принципами та методами забезпечення підтримуючих функцій логістичного менеджменту промислового підприємства.

**Предмет:** оптимізація матеріальних потоків, потоків послуг та супутніх їм фінансових та інформаційних потоків.

**Зміст дисципліни** розкривається в темах:

1. Логістичний менеджмент у ринковій економіці.
2. Класифікація форм логістичних утворень. Логістичні системи
3. Характеристика основних елементів логістики. Основні категорії логістики
4. Логістичний менеджмент. Взаємозв'язок логістики з іншими видами управлінської діяльності
5. Технологічні процеси та управління матеріальними потоками
6. Фактори формування логістичних систем
7. Управління матеріальними потоками в логістичних системах
8. Заготівельна логістика

9. Сутність розподільчої логістики
10. Внутрішньовиробнича логістика
10. Логістика посередництва
11. Логістика складування
12. Транспортна логістика
13. Транспортно-експедиційні логістичні послуги
14. Глобалізація процесів логістики
15. Міжнародна логістика

## **Література**

### **Основна**

1. Кислий В. М. Логістика: теорія та практика: навчальний посібник / В. М. Кислий, О. А. Біловодська, О. М. Олефіренко, О. М. Смоляник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.

### **Додаткова**

2. Балабанова Л. В. Логістика: підручник / Л. В. Балабанова, А. М. Германчук. – Львів: Магнолія 2006, 2013. – 368 с.

3. Горбенко О. В. Логістика: навч. посібник / О. В. Горбенко. – К.: Знання, 2014. – 315 с.

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

5. Денисенко М. П. Організація та проектування логістичних систем: підручник / за ред. проф. М. П. Денисенка, проф. П. Р. Лековця, проф. Л. І. Михайлової. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.

6. Крикавський Є. В. Логістичне управління: підручник / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.

## **4. Навчальна дисципліна «Маркетинговий менеджмент»**

**Мета:** засвоєння теоретичних знань з організації, планування, реалізації та контролю маркетингової діяльності на підприємстві.

**Завдання дисципліни:** вивчення системи методів та алгоритмів керування маркетинговою діяльністю на підприємстві; набуття вмінь творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення процесів і методів управління маркетинговою діяльністю підприємства, а також вирішення конкретних маркетингових завдань.

**Предмет:** процеси, методи та інструментарій управління маркетинговою діяльністю підприємства.

**Зміст дисципліни** розкривається в темах:

Тема 1. Розуміння маркетингового менеджменту

Тема 2. Процес маркетингового менеджменту

Тема 3. Організація маркетингового менеджменту

Тема 4. Створення маркетингових організаційних структур на підприємстві

Тема 5. Сутність і система маркетингового планування

Тема 6. Стратегії маркетингу

Тема 7. Маркетингове стратегічне планування

Тема 8. Розробка маркетингових програм

Тема 9. Тактичне та оперативне планування маркетингу

Тема 10. Контроль маркетингової діяльності підприємства

## **Література**

### **Основна**

1. Біловодська О.А. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / О.А. Біловодська. – К: Знання, 2010. – 332 с.

### **Додаткова**

2. Щербань В. М. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник для вузів / Володимир Миколайович Щербань . – Київ : Центр навчальної літератури, 2006 . – 222 с.
3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц] / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2000. – 100 с.

Зав. кафедрою маркетингу  
та менеджменту  
зовнішньоекономічної діяльності

В. А. Євтушенко